

Ecco cinque tesi per superare il deficit di democrazia mediale della Televisione italiana. L'Istituto Italiano per l'Industria Culturale dà in questo modo un contributo tecnico al dibattito sulla ipotetica "legge di sistema", sul nuovo "contratto di servizio Ministero-Rai", sulle esigenze di riassetto del mercato televisivo italiano

Angelo Zaccone Teodosi (*)
Francesca Medolago Albani (*)

Tv italiana: deficit di democrazia

Il sistema televisivo italiano è squilibrato. Al duopolio, che appare ormai immarscescibile, si associa un'assoluta confusione di ruoli e funzioni. Rai ha inseguito Mediaset al punto tale che, per molte ore del giorno, l'offerta dei due gruppi appare sostanzialmente simile, spesso indistinguibile (semmai passasse la proposta di una "bollinatura" dei programmi finanziati col canone, temo avremmo deprimenti sorprese). Lo squilibrio trova conferma nel

"governo" del sistema: Auditel domina tutto e la voce dei telespettatori non viene registrata, amplificata ed interpretata da nessuno. Esiste un evidente deficit di democrazia nel sistema televisivo italiano. Il sistema è governato dalle imprese televisive (dalle grandi imprese) e dagli utenti pubblicitari e l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni si limita spesso solo a ratificare l'esistente. La "fotografia" della legge Mammi, a distanza di dieci anni, è ingiallita, ma corrisponde purtroppo ancora alla realtà:

- tendenziale somiglianza dei due gruppi televisivi, nell'offerta di palinsesto e nella cultura d'impresa, in una sostanziale "pax televisiva" che tende a ridurre, inevitabilmente, gli spazi dell'innovazione, della ricerca, della sperimentazione;
- tendenziale appiattimento dell'offerta: sebbene il sistema televisivo sia uno dei più ricchi al mondo, l'offerta tende naturalmente a concentrarsi nelle fasce di maggior audience, si assiste ad una vischiosa omologazione e quindi la programmazione

qualitativamente diversa viene continuamente marginalizzata ed emarginata; tutta questa ricchezza "free", peraltro, inibisce la crescita di forme di fruizione diversa (fallimento della "pay");

- debolezza del sistema delle Tv locali, cui l'attuale Esecutivo sta prestando senza dubbio concreta attenzione, soprattutto dal versante economico-finanziario (contributi), ma finora senza una precisa strategia relativa alla "scrematura" (assolutamente indispensabile, come sostiene Frt, da valutare con assoluta prudenza, come sostiene Aer-Anti-Corallo?) del mercato, anche rispetto al "salto" al digitale, che appare ancora un vero e proprio... salto nel buio;
- perdurante debolezza strutturale dell'industria dei contenuti, che appare suddita dei "broadcasters": lo Stato ha per decenni sovvenzionato (e continua a sovvenzionare) l'industria cinematografica, ma ha lasciato la produzione di fiction e di altri contenuti televisivi (i documentari, i corti...) abbandonata a se stessa;



- perdurante isolamento della televisione italiana dallo scenario mondiale: le dimensioni di Mediaset e Rai non sono adeguate alla competitività internazionale e questo “provincialismo” (dimensionale e culturale) è frutto di un sistema, piccolo e protetto, nel quale la concorrenza è stata inibita...

Se il governo di centro-sinistra si è dimostrato debole nella propria capacità di innovazione, il governo di centro-destra corre il rischio di autocompiacersi in questa situazione di calma piatta, nella quale Rai vivacchia e Mediaset aumenta il proprio margine operativo, in una situazione di non crescita complessiva del sistema. Il “salto” al digitale, esaltato da molti, non sembra così risolutivo e rivoluzionario, in una situazione “bloccata”.

Le cinque tesi

Proponiamo quindi alcune tesi, volutamente “radicali”, per stimolare un dibattito non paludato.

TESI 1

La Rai, per assolvere seriamente la sua missione, non deve essere finanziata con pubblicità

L'analisi comparativa internazionale della struttura e del funzionamento dei sistemi radiotelevisivi pubblici evidenzia in modo inequivocabile che esiste una correlazione quasi meccanica tra finanziamento di un'emittente televisiva e suo profilo editoriale, tra fonti di ricavi e palinsesto. Se un'emittente è finanziata prevalentemente dalla pubblicità, essa sarà comunque sottoposta alla dittatura dell'audience e alle strategie degli utenti pubblicitari. La Rai resta un ibrido malato, un ircocervo, o - come ci piacque sostenere nel

nostro saggio, edito da Mondadori, “Con lo Stato e con il mercato? Verso nuovi modelli di televisione pubblica nel mondo” (che a distanza di due anni dalla pubblicazione resta totalmente valido) - un Arlecchino, servo di due padroni, lo Stato, appunto, ed il mercato, un po' ruffiano nei confronti dell'uno e dell'altro.

Non ci possono essere soluzioni intermedie, se non a costo di compromessi ambigui: la stessa Francia ha compreso che la “dialettica” tra pubblicità e servizio pubblico vede il servizio pubblico sempre meno indipendente.

È inutile girare intorno al problema: lo Stato italiano vuole una televisione pubblica libera, pluralista, creativa? Deve liberare la tv pubblica dalla dipendenza dalla pubblicità. Deve ovviamente impegnarsi a finanziare la Tv pubblica adeguatamente, con il canone o con un finanziamento diretto deciso dal Parlamento.

**TESI 2****La Rai, per rispettare il nuovo dettato costituzionale, deve strutturarsi con un assetto federalista**

La riforma del Titolo V della seconda parte della Costituzione ha modificato radicalmente lo scenario repubblicano e l'organizzazione istituzionale, con conseguenze epocali sia sull'attività legislativa che su quella regolamentare e amministrativa. Nelle materie di legislazione concorrente spetta ormai alle Regioni la potestà legislativa, salvo che per la determinazione dei principi fondamentali, riservata alla legislazione dello Stato. Una delle questioni rilevanti che ne discendono è quella dei rapporti della Rai con il territorio, la cosiddetta "Rai federalista". L'apertura di questo tavolo di discussione, peraltro, coincide temporalmente con il processo di decentramento in atto anche all'interno dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, con la conclusione, a fine giugno 2002, del "tavolo tecnico" per il conferimento delle deleghe ai Co.re.com (Comitati regionali per le comunicazioni) sulle funzioni di governo, garanzia e controllo del sistema territoriale delle comunicazioni, previste dalla legge n. 249/97.

Per quanto concerne la Rai, la posizione delle Regioni appare chiara, sia nella richiesta di un nuovo "contratto di servizio" di taglio federalista (nella cui gestazione siano coinvolte anche le Regioni), sia nella enunciazione dei tre filoni di analisi per la riforma del sistema che le Regioni propongono: (1.) riassetto societario della Rai,

in cui vi sia partecipazione diretta delle Regioni che, sul modello tedesco, ne condividano la proprietà e incidano sulle scelte manageriali e produttive; (2.) riassetto distributivo, che preveda una struttura centrale e una costruzione dei palinsesti per macro-aree geografiche; (3.) riassetto produttivo, con la creazione di un'agenzia finanziaria e creativa in grado di negoziare sia con soggetti pubblici che privati.

Quale che sia la soluzione, la Rai dovrà presto modificare in senso federalista la propria struttura aziendale.

TESI 3**Il sistema televisivo, per essere pluralista, non può essere governato solo da Auditel**

Auditel non è né la pietra filosofale né l'incarnazione dei demoni della merce: non va né esaltato (come strumento di conoscenza universale), né demonizzato (come strumento del dominio capitalista).

È semplicemente uno strumento di conoscenza, perfettibile senz'altro (si ricordi pur sempre che un campione di famiglie di dimensioni simili a quello che è attivo in Italia fornisce indicazioni utili agli investitori pubblicitari di un Paese come gli Usa, con una popolazione corrispondente a quasi quattro volte quelle dell'Italia), ma non può essere l'unico "governatore" e "pilota" del sistema televisivo. Lo Stato deve vigilare sulla correttezza delle metodologie utilizzate, così come vigila sulla correttezza dei mes-

Un problema annoso. Un programma di una Tv locale italiana. Fra i "problemi strutturali" del sistema televisivo italiano c'è la persistente debolezza del sistema delle emittenti regionali o provinciali.

saggi pubblicitari, vietando quelli ingannevoli. È certamente compito dello Stato, ed anzitutto della concessionaria televisiva pubblica, utilizzare e rendere pubblici strumenti di analisi altra dell'offerta e del consumo televisivo, strumenti altri, diversi e alternativi, di conoscenza. Il popolo della televisione non è rappresentato da Auditel, e comunque non è rappresentabile solo attraverso Auditel.

TESI 4**Il sistema televisivo, per essere pluralista, deve caratterizzarsi per pollicentrismo del "decision making" e per pluralità di attori: gli strumenti per dar voce agli utenti**

L'Italia televisiva soffre di un deficit di democrazia mediale. Il sistema è governato esclusivamente dalle imprese (telesive e pubblicitarie) ed i cittadini utenti, i telespettatori, sono ignorati, cioè sono "interpretati" solo attraverso la strumentazione unidimensionale di Auditel (vedi Tesi 3.). Per la stessa crescita del sistema televisivo italiano, è necessario ideare ed attuare meccanismi nuovi. Tra le possibili soluzioni (che richiedono comunque interventi normativi): assegnare al Consiglio Nazionale degli Utenti (da nominare direttamente dal Parlamento) un ruolo più incisivo e centrale, sganciandolo dalla "dipendenza" strutturale dall'AgCom, e dotandolo di risorse adeguate, con poteri sanzionatori; obbligare le emittenti televisive ad attivare spazi, in fasce orarie non marginali, ovvero rubriche che diano voce agli utenti (alle associazioni, allo stesso Consiglio Nazionale degli Utenti...), attraverso sistemi di autogestione delle trasmissioni. È indispensabile iniettare nel sistema televisivo italiano energie nuove, provocare dialettica, mettere in atto meccanismi tecnico-comunicazionali di feedback qualitativo e politico.

TESI 5**Un test: la gestazione del nuovo contratto di servizio tra Stato e Rai, laboratorio possibile per un nuovo rapporto tra imprese televisive e collettività**

Il Ministro Gasparri ha voluto trasmettere un segnale forte, simbolico (in particolare con l'attivazione delle trattative per il rinnovo del contratto di servizio esattamente il primo giorno previsto, sei mesi prima della scadenza del contratto vigente), e non si può non auspicare che la gestazione di un contratto così importante avvenga finalmente nella massima trasparenza e pubblicità, e con il massimo coinvolgimento di tutti coloro che storicamente non sono mai stati ascoltati.

Gli autori di queste note rivendicano, con un po' di orgoglio, di aver fornito un piccolo contributo in questa prospettiva di trasparenza: per la prima volta nella storia mediale italiana, decisero, nell'estate del 2000, avvalendosi della disponibilità del quotidiano "Italia Oggi", di pubblicare una prima bozza del contratto di servizio (documento fino ad allora non segreto, ma a circolazione... semi-clande-

stina) e di promuovere una lunga serie di interviste ad esponenti politici e "television maker". Anche "Millecanali" è stato alleato, in questa piccola battaglia per la trasparenza civica.

I risultati di questo tentativo politico-comunicazionale, pur apprezzato dallo stesso Governo dell'epoca, non si rivelarono purtroppo esaltanti: il contratto approvato non brillò né per chiarezza sostanziale (strategica) né per chiarezza formale (testuale).

È incoraggiante, nell'auspicata prospettiva della chiarificazione, quel che si legge nella sentenza n. 284 del 19 giugno 2002 della Corte Costituzionale: "Il finanziamento parziale mediante il canone consente, e per altro verso impone, al soggetto che svolge il servizio pubblico di adempiere agli obblighi particolari ad esso connessi, sostenendo i relativi oneri, e, più in generale, di adeguare la tipologia e la qualità della propria

programmazione alle specifiche finalità di tale servizio, non piegandole alle sole esigenze quantitative dell'ascolto e della raccolta pubblicitaria, e non omologando le proprie scelte di programmazione a quelle proprie dei soggetti privati che operano nel ristretto e imperfetto "mercato televisivo".

Auguriamoci che non resti lettera morta, come molte leggi e molte sentenze del nostro Paese. **MC**

(*) L'Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsICult è centro di ricerca indipendente specializzato nell'economia dei media e nella politica culturale. Annovera, tra i committenti, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, la Uer, Rai, Mediaset. È coinvolto tecnicamente nella gestazione del nuovo contratto di servizio tra Ministero per le Comunicazioni e Rai. IsICult, via della Scrofa 14, Roma 00186. Tel./fax 06/6892344; info@isicult.it - www.isicult.it.