

L'approvazione della Gasparri viene data al 99 per 100 anche dai "bookmakers" più scettici (l'1 per 100 significherebbe "crisi di governo"), mentre la confusione regna sovrana sul digitale prossimo venturo, su Rai e Mediaset che potrebbero comprare La7 o MTV, sulle tv di strada, sul neo "circuito" di tv locali Emi.li Tv... Alcuni libri aiutano a capire: soprattutto, ad alzare lo sguardo oltre l'attuale polverone

Il confuso scenario della Tv italiana

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

Questo articolo, che si pone come "pre-con-suntivo" dell'"esercizio" 2003 della Tv italiana, viene redatto a fine ottobre, ovvero a "pochi giorni" dalla ormai verosimile imminente approvazione della legge Gasparri, tra metà novembre e metà dicembre: l'approvazione della legge viene data per certa anche dai più scettici e scaltri "bookmakers", al 99 per 100, essendo l'1 per cento rappresentato solo da rischi di crisi di governo, o da scontri sulla finanziaria così frontali da rimettere in discussione la stessa alleanza di maggioranza.

Quest'ipotesi appare improbabile, sebbene molti esponenti della maggioranza – va ricordato – dessero per sicura l'approvazione prima dell'estate, e così, invece, non è stato. Va anche ricordato che l'Italia è anche uno dei pochi Paesi al mondo che ha registrato crisi di governo, formali, determinate proprio dalla specifica politica televisiva: nel 1990, cinque ministri, appartenenti alla sinistra democristiana (Martinazzoli,

Mattarella, Fracanzani, Misasi, Mannino) si dimisero, in segno di protesta, rispetto alla tumultuosa approvazione della legge che avrebbe preso il nome dell'allora ministro repubblicano Mammì. L'allora Presidente del Consiglio, Andreotti, con il placet dell'allora Presidente della Repubblica Cossiga, aprì e chiuse la crisi di governo in tempi record (poche ore!), e la legge fu approvata. Chi votò contro sostenne che la legge aggravava la sentenza della Corte Costituzionale del 1988 (la n.

826), che richiedeva una rigorosa normativa antitrust, che evitasse monopoli o oligopoli privati. A distanza di 13 anni, il problema si ripropone, quasi immutato, e l'attualità delle esigenze anticoncentrative è stata ribadita nel 2002 da un'altra sentenza della Corte Costituzionale (la n. 466): se è vero che il ddl Gasparri ha carattere innovativo, nel cercare di disegnare una "architettura" normativa complessiva (indispensabile alla luce della grande convergenza multimediale), è anche vero che

lo sforzo non si concretizza, fermandosi quasi ai principi generali ed alle dichiarazioni d'intenti.

Il grande calderone del "sistema integrato della comunicazione" (l'ormai famigerato "sic") e l'accelerazione nell'incerta tempistica di passaggio al digitale non sono determinati da un'autentica vocazione di sistema, ma piuttosto da una difesa, a riccio, rispetto alle dinamiche anti-trust: quando mai l'Italia, la mano pubblica, si è dimo-



strata in grado di “disegnare” lo sviluppo e la crescita industriale, sintonizzandosi con l’evoluzione dello scenario planetario? Non si nutrono illusioni, non si teorizza l’inesistente: il digitale viene strumentalizzato – comprensibilmente, dal punto di vista di Mediaset – affinché svanisca la “spada di Damocle” rappresentata dal termine del 31 dicembre 2003, data entro la quale deve addivenire a fine un “regime transitorio”, almeno perché ne inizi un altro. In sostanza, è evidente che la Gasparri è funzionale al mantenimento di Rete 4 sulle frequenze analogiche. Tutto il resto è accessorio. È altresì vero che, approvata la Gasparri, la partita del nuovo habitat digitale viene ad essere oggettivamente accelerata, e porrebbe l’Italia in posizione avanguardistica rispetto ad altri Paesi europei (Regno Unito a parte).

Due polemici volumi

Sulla Gasparri, vanno segnalate due pubblicazioni: un piccolo pamphlet scritto dall’ex Presidente Rai Roberto Zaccaria, intitolato “Televisione con...dono. La legge Gasparri. A Mediaset il «torrone» e alla Rai il «carbone»”, pubblicato a fine settembre come allegato al quotidiano “l’Unità”, che è una sorta di piccolo vademecum per comprendere le posizioni del centro-sinistra sulla legge imminente; molto più stimolante, ricco di analisi, narrativamente intrigante, il libro di Carlo Rognoni, “Inferno tv. Berlusconi e la legge Gasparri”, per i tipi di Marco Tropea Editore (266 pagine, 10 euro), apparso a fine ottobre.

Il libro di Rognoni è stato scritto di getto – in 25 giorni, ci ha spiegato l’autore – ed è un testo esemplare per comprendere anche come funziona “il Palazzo”, i meccanismi del potere, del rapporto tra Gover-



no e Parlamento. Rognoni (già direttore di “Panorama”, parlamentare diessino dal 1992) racconta, con lo stile tipico dell’inchiesta giornalistica ben documentata, molti “dietro le quinte”, tutti interessanti ed alcuni particolarmente gustosi. L’impostazione del libro è sintetizzata dalla copertina, pesante: Gasparri sarebbe un “fantoccio” manovrato dal “burattinaio” Berlusconi. In verità, il testo è meno “hard” e consente di comprendere fino a che punto la difesa “ad oltranza” di Rete 4 ha assunto caratteristiche “resistenziali” (e, come spesso accade nelle lotte di resistenza, con agguati, minacce, escamotage... in un Parlamento luogo di scontri di interesse, prima che luogo di composizione della dialettica democratica).

Le “street Tv”

L’Italia del 2003 registra, a parte eventi storici – come la fusione delle due piattaforme e la nascita di Sky Italia (vicenda alla quale “Millecanali” ed anche l’Osservatorio IsICult/Millecanali hanno dedicato grande attenzione)

– e polemiche senza fine, ma non nuove (anche se, finora, non si era mai arrivati ad un Presidente della Rai che accusa la stessa azienda di trasmettere pornografia “soft”, in una dialettica di reciproca delegittimazione con il direttore generale e con il resto del consiglio di amministrazione), anche alcuni fenomeni “minori”:

- il caso delle “tv di strada”, che vengono osteggiate dalle maggiori associazioni di settore (AerAnti-Corallo e Frt), e che appaiono in verità come una fiammata spontaneista e neo-romantica, in una novella illusione di primavera mediali, e novelli “cento fiori” di comunicazione democratica, partecipata, di base; il fenomeno ci sembra interessante dal punto di vista sociologico (vedi, sull’argomento, il pamphlet di Thomas Harding, “Videoattivismo. Istruzioni per l’uso”, pubblicato da Editori Riuniti in questi mesi, a cura di Enrico Menduni), ma crediamo che non abbia grandi chances di affermazione, perché la storia dei media insegna che non è nelle nuove tecnologie (intese, in questo caso, come abbassamento dei costi di produzione e di distribuzione) la chiave di volta della democratizzazione dei sistemi di comunicazione;

- il caso delle tv locali promosse da amministrazioni pubbliche locali: da Siena a Roma, con tecnologie innovative (banda larga a Siena, ovvero una rete ibrida ottico coassiale, in un’intesa tra amministrazione comunale e Telecom Italia; la rete veicola anche il Canale Civico Ccs Cable Tv, promosso dal Comune) o tradizionali (etere a Roma, la novella RomaOne, che ha come modello la mitica newyorkese Ny-1, anche se si tratta di un’iniziativa nella quale – a quanto abbiamo verificato – il Comune di Roma non è direttamente, o comunque non ancora ufficialmente, coinvolto); timidamente, appaiono segnali di quel “federalismo” tanto teorizzato, ma

da nessuno (nemmeno dalla Lega Nord, paradossalmente!) messo in pratica in Italia, nell'area dei media e della cultura (si ricordi che in Spagna, i governi regionali hanno promosso, da molti anni, televisioni pubbliche locali, alcune delle quali hanno assunto dimensioni vicine a quelle delle tv nazionali);

- il caso di Emi.li Tv, tentativo di raccordare oltre 50 emittenti televisive locali in un novello circuito, che ha iniziato a trasmettere (su satellite, da Sky Italia, dapprima sul canale 558 e tra breve sul 507) sperimentalmente dal 31 ottobre, e che presto dovrebbe essere in grado di produrre 6 ore al giorno di programmazione "libera", con particolare attenzione all'informazione locale e internazionale, alla socialità, ai movimenti, alle news "di prossimità", ed ai documentari low-budget...

Il curioso caso di Emi.Li

Quest'ultima iniziativa ci ha incuriosito, a fronte dei non pochi tentativi, nella storia delle tv locali italiane, di costruire "circuiti" di ambizione nazionale che non fossero delle semplici riproduzioni di programmazione delle tv maggiori. Abbiamo intervistato il presidente di Emi.Li srl (l'acronimo sta per "emittenti libere"), Salvatore Ferruccio Iaccarino, dal quale abbiamo compreso che il progetto si basa sulla convinzione che l'insoddisfazione di molte tv locali sia così diffusa che lo spazio per un soggetto "altro", di ambizioni nazionali ci sarebbe.

Tra i "supporter" convinti del progetto, c'è anche Sergio Bellucci, responsabile informazione di Rifondazione Comunista, lucido analista di politica mediale, e a lui abbiamo chiesto se non ritiene che

questa iniziativa corra il rischio di essere velleitaria. "I tempi sono cambiati, rispetto alla prima fase storica delle tv locali italiane - ci ha risposto Bellucci -, le tecnologie consentono ora di raggiungere potenzialmente tutto il Paese con costi relativamente contenuti (ed infatti Emi.li tv ha un canale su Sky), ma, al tempo stesso, nella società civile si sente un bisogno di informazione alternativa, non omologata sul modello Mediaset o Rai, informazione che viene dai

movimenti che attra-



versano l'Italia, informazione che non può che essere veicolata da un circuito di tv locali alternative... La Gasparri sta cercando di chiudere gli spazi di pluralismo, e quindi si debbono sperimentare vie nuove, con coraggio. Non può essere La7 a rappresentare una televisione altra, anche perché, forse, La7 viene mantenuta in vita da qualcuno che ha interesse a mantenerla in vita (e non a farla crescere), semplicemente perché consente a Mediaset di mantenere 3 reti 3, secondo l'interpretazione

dominante di quel che prevede la Mammi...".

Non resta quindi che attendere qualche mese, per verificare se Emi.li tv non diverrà l'ennesimo "Telesogno" di un terzo polo.

Fantatelevisione?

Peraltro, a fine ottobre, il quotidiano della Margherita, "Europa" (che dedica particolare attenzione ai media), ha ipotizzato che, se venisse approvata la Gasparri, nulla impedirebbe a Rai e Mediaset di acquisire addirittura nuovi canali (!), da La7 a MTv: in effetti, la Gasparri prevede che nessun soggetto possa disporre di più del 20 per cento del totale dei programmi nazionali, sia in analogico sia in digitale.

"Quanti saranno tali programmi?", si domanda il sempre accurato Marco Mele sulle colonne de "il Sole-24 Ore", e risponde: stabilirlo, "non sarà facile" (e non solo perché l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni non brilla per vocazioni "cognitive"...). Anzi-tutto, ci sono le tv (programmi) esistenti. L'antitrust ne ha contattate 14: le emittenti analogiche nazionali (incluse quelle senza titolo concessionario - Rete A, Home Shopping Europe, Retecapri -, quelle abilitate provvisoriamente - Rete4, appunto, e Tele+Nero), cui, teoricamente, dovrebbe essere aggiunta quella di Europa 7 (che, paradossalmente, ha la concessione ma non le frequenze).

Ad essi, andranno aggiunti quei "programmi" che raggiungono il 50 per cento della popolazione (escludendo quelli che ripetono gli analogici): contando i programmi annunciati da Rai (2 multiplex per 10 canali), da Mediaset (un solo multiplex, che ospiterà 5 canali indipendenti), da Telecom Italia (sul multiplex ci saranno La7

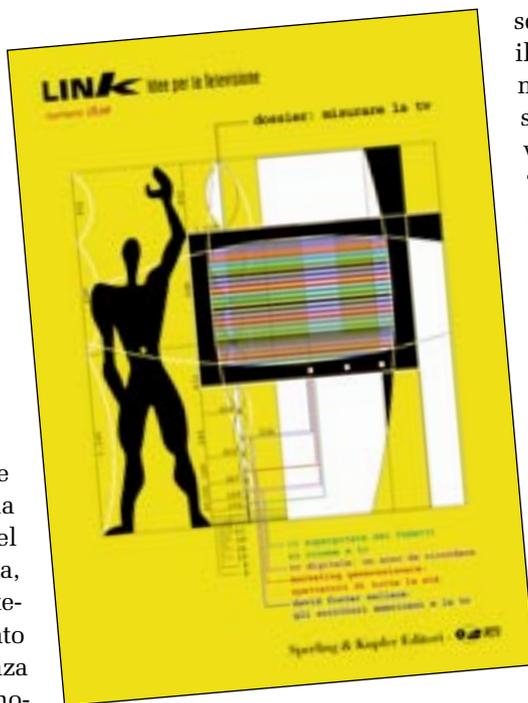
e MTv, ma anche canali indipendenti), si arriva ad un totale di 25-30 programmi-canali. Il 20 per 100 di tale quantità (5/6 canali) si traduce nella possibilità, teorica ma nemmeno tanto, per i due oligopolisti di acquistare La7 o TeleMarket...

Una lettura "non interessata"

Lo scenario – come appare evidente – è confuso. Se la Gasparri, nel bene (poco) e nel male (tanto), verrà approvata, l'assetto duopolistico del sistema televisivo verrà confermato per molti anni, anche se, senza dubbio, l'habitat digitale stimolerà al tempo stesso chances di maggiore pluralità imprenditoriale e di maggiore pluralismo espressivo. Non nel breve periodo, però: forse in un lasso di tempo di cinque-dieci anni.

In questo scenario, una boccata d'ossigeno ci viene da chi prova a leggere la realtà in modo meno "interessato": suggeriamo quindi, a chi ci legge (insieme al libro di Rognoni), due altri testi:

- "Link – Idee per la tv", n° 2 (Sperling & Kupfer Editori-Rti, 192 pagine, 15 euro): la rivista promossa dal marketing strategico di Rti pubblica un dossier speciale dedicato alla misurabilità della tv, e al famigerato Auditel, peccato originale cui vengono imputati tutti i mali del tubo catodico. Per la prima volta, la parola viene data a quanti usano quotidianamente lo strumento di misurazione più criticato: dal direttore di Canale 5, all'autore de "Le Iene", i responsabili del marketing tv, le concessionarie pubblicitarie e i centri media, per citarne alcuni. E anche a chi per scelta non lo usa: MTv e i canali tematici. Tratta anche del futuro prossimo (digitale interattivo, multicanale) e del futuribile della misurazione televisiva: il people



meter personale;

- "La nuova Babele elettronica. La Tv dalla globalizzazione delle comunicazioni alla società dell'informazione", di Bino Olivi e Bruno Somalvico, per i tipi de il Mulino editore, collana Studi e ricerche (446 pagine, 23 euro): si tratta di un denso volume di analisi e di dati, che consente un approfondimento dell'economia e della politica della convergenza multimediale. Il corposo saggio descrive le varie tipologie di televisione che verrà, senza nascondere le difficoltà che tutti (operatori, analisti,

scenaristi) hanno ancora a predire il futuro mediale. Analizza come le multinazionali dell'immaginario si stanno attrezzando per un livello di competizione ancora più "alto" di quello attuale. Evidenzia come sia necessario "alzare il tiro" anche a livello di intervento pubblico, di politiche mediatiche, di "regolazione" dei mercati dei media, anche oltre l'"eccezione culturale" tanto cara ai francesi.

Avanti (male) così!

La lettura di libri come questi consente di comprendere come, in Italia, l'elaborazione normativa sia male impostata, tardiva, sganciata dalla ricerca in materia. Ci limitiamo a ricordare i ponderosi dossier che sono stati elaborati, nel Regno Unito, per oltre un anno, nelle more dell'approvazione dell'"equivalente" della Gasparri, il nuovo Communications Bill. Non sappiamo chi è il "vero autore" del testo che reca il nome di Gasparri, e, in fondo, nemmeno ci interessa. Quel che ci interessa osservare è "come" il testo della Gasparri sia stato costruito: senza coinvolgere l'accademia e gli operatori del settore (se non, forse... uno). I risultati si vedono. Sono parziali, nel senso etimologico del termine: di parte. **MC**

(*) Angelo Zaccone Teodosi, consulente specializzato sui media e giornalista, già direttore dell'ufficio studi Anica e consigliere di amministrazione di Cinecittà, presiede IsCult dal 2001; è stato professore a contratto presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università di Roma "La Sapienza".

(*) Francesca Medolago Albani, consulente free-lance specializzata sui media, già presidente dell'Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsCult dal 1997 al 2001, è docente presso il Master Information Communication Technology, Dipartimento Sociologia e Comunicazione dell'Università di Roma "La Sapienza". L'Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsCult è un centro di ricerca indipendente, specializzato nell'economia dei media e nella politica culturale. Tra i committenti degli ultimi anni, Rai, Mediaset, Uer, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni. Tra le varie ricerche pubblicate "Mercanti di (bi)sogni: politica e economia dei gruppi mediatici europei" (Sperling & Kupfer - Rti, in corso di stampa; con Flavia Barca). L'Osservatorio IsCult/Millecanali, laboratorio di analisi tecniche, è stato attivato nell'ottobre del 2000 (vedi "Millecanali" n° 294). Collaborano all'Osservatorio: Andrea Marzulli, Flavia Barca, Alessandro D'Arma. IsCult, via della Scrofa 14, 00186 Roma. Tel./fax (39) 06/6892344 info@iscult.it - www.iscult.it.