



## LE RAGIONI DI UN SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO E MULTIMEDIALE PER LA SOCIETÀ ITALIANA DELL'INFORMAZIONE

### APPELLO DELL'ASSOCIAZIONE INFOCIVICA "GRUPPO DI AMALFI"

**Si può fare a meno del servizio pubblico radiotelevisivo in Italia? Crediamo con convinzione di no, perché:**

- ◆ La nostra società, in perenne e veloce trasformazione, vive crisi continue anche in termini di valori e cultura. Oltre a una informazione e formazione pubblica sulla sicurezza collettiva, è quindi necessario un luogo, uno specchio, nel quale la comunità nazionale possa leggersi e interpretarsi: senza negare ipocritamente la funzione "educativa", nel bene o nel male, che i media comunque conservano.
- ◆ Nella nuova società multietnica, è necessario un luogo nel quale la comunità nazionale integri gli extraeuropei che vivono nel nostro Paese.
- ◆ E' necessario un luogo in cui sentirsi italiani fra gli italiani, ma anche europei fra gli europei, nel continente nel quale i servizi pubblici di radio e televisione sono nati e si sono sviluppati, e dove sono riconosciuti e regolati come tali dall'Unione Europea.
- ◆ Questo luogo non può che essere un luogo di tutti: un luogo in cui tutti e ciascuno si senta rappresentato, in cui nessuno abbia il timore che c'è chi provvede a deformare lo specchio o a truccare le carte.
- ◆ Questo luogo è il Servizio Pubblico di radio e televisione: una garanzia di servizio universale, cioè accessibile a tutti i cittadini; un luogo finalizzato a una ordinata convivenza.
- ◆ Noi di Infocivica vogliamo contribuire a ricostruirlo.

## **Il servizio pubblico che noi vogliamo**

Il Servizio Pubblico che vogliamo ricostruire vivrà, come accade negli altri Paesi europei, all'interno di un sistema radiotelevisivo misto, pubblico e privato. Garanzia, noi crediamo, di equilibrio tra libertà di impresa, pluralismo, e comunicazione di origine pubblica.

La comunicazione pubblica va completamente riqualficata. Va ricostruito il rapporto di fiducia con gli italiani, che non credono più nel "pubblico" privatizzato da partiti e lobbies. Che non credono più ai giornalisti fiduciari di questo o quello, non certo dei cittadini. Che non sanno più la distinzione tra spettacolo e informazione. Che, in ultima analisi, hanno mostrato di credere di più ai comici. Forse, per mestiere più attenti ai bisogni del loro pubblico.

## **Le nuove regole per governare la difficile transizione verso l'era delle comunicazioni digitali**

Noi di Infocivica pensiamo, dunque, a un nuovo Patto con i cittadini. Un patto assicurato da uno statuto di garanzia "costituzionale" per il Servizio Pubblico, un patto che garantisca non solo una generale qualità bensì precisi elementi di utilità pubblica, per tutti e in particolare per tutti coloro che, per diverse motivazioni, hanno bisogno di una comunicazione libera da condizionamenti, compresi quelli economici. Il Patto con i cittadini definirà il Contratto di servizio che dovrà trasformarsi, come nel Regno Unito, in una carta pubblica e solenne attraverso cui la missione del servizio pubblico viene affidata ad un organismo di garanzia che vigili sulla gestione professionale dell'azienda, definendone perimetro e obiettivi. Le risorse da canone devono essere fiscalizzate, perdere ogni carattere di aleatorietà e assicurare una quota maggioritaria e crescente rispetto agli introiti derivanti da altre attività di tipo commerciale, a cominciare dalla raccolta pubblicitaria.

Il processo di risanamento dell'azienda di servizio pubblico richiede mandati che abbiano durata definita e non troppo limitata, come nel Regno Unito nel quale la Royal Charter viene rinnovata ogni 10 anni. L'organismo che gestirà il Servizio Pubblico dovrà dedicare impegno prioritario a rilegittimare l'idea stessa di "pubblico" nel nostro Paese. Per questo, e non solo per questo, è necessario un progetto industriale adeguato e competitivo sul piano internazionale, in sintonia con gli altri Servizi Pubblici europei.

Va guidato da poche personalità di grande rilievo, prive di conflitti di interesse e soggette a vincoli restrittivi alla fine del loro mandato. Questo Consiglio sarà incaricato di vigilare sull'applicazione della carta pubblica e di nominare manager di alto profilo sottraendoli a logiche di spartizione fra le forze politiche, ma anche fra le imprese economiche. Agirà come "voce dei cittadini", unici "editori di riferimento".

### **Un'offerta autorevole, qualificata e differenziata per offrire servizi e valori ai cittadini**

Il carattere di servizio pubblico deve riguardare tutta l'offerta: tutti i generi e tutti i target, anche quelli minoritari, ed estendersi dai tradizionali canali generalisti alle nuove tipologie di comunicazione delle reti digitali, non per fare concorrenza ai privati ma per offrire servizi e valore ai cittadini. Nel nuovo ambiente digitale ha poco senso ridurre l'offerta in modo indiscriminato, qualora il dimagrimento degli ascolti arrivi a mettere in pericolo la funzione di coesione sociale storicamente rivestita dal servizio pubblico. La progressiva coincidenza tra sistema radiotelevisivo e nuovi media in rete digitale impone regole comuni, ma anche la definizione di chiari limiti negli interventi del servizio pubblicamente finanziato. Qualunque sia il numero delle frequenze attribuite al nuovo Servizio Pubblico, alla fine del processo di riorganizzazione sarà necessario ridefinire le missioni editoriali specifiche e gli standard qualitativi di ciascun canale.

## Garantire la qualità dovuta istituzionalmente nei confronti dei cittadini

Il Servizio Pubblico richiede un'attenzione particolare ai contenuti trasmessi, attraverso oculate scelte editoriali nell'ottica di una politica di innovazione e di riposizionamento dell'offerta tradizionale, radiofonica e televisiva, nel nuovo ambiente digitale multimediale interattivo. Deve agire da supporto e da regolatore verso l'iniziativa privata di produzione dei media, attuando nei diversi generi una efficace politica di controllo della qualità. Oltre i pur necessari obiettivi di ascolto "fotografati" da una rinnovata Auditel, non ci si può fermare alla soddisfazione della "qualità percepita" dai telespettatori ma - come ricordava Jader Jacobelli - garantire la "qualità dovuta" istituzionalmente nei confronti dei cittadini.

Seguendo questi principi, potremo avere nel nostro Paese un servizio pubblico direttamente ispirato alla definizione contenuta nel cosiddetto "Protocollo di Amsterdam", divenuto ormai parte integrante del diritto comunitario: "La radiodiffusione di servizio pubblico negli Stati membri è direttamente legata ai bisogni democratici, sociali e culturali di ciascuna società e altresì alla necessità di preservare il pluralismo nei media".

Tale definizione non ha perduto nulla della sua importanza: al contrario, il suo significato si è rafforzato nella integrazione europea, nell'allargamento dell'Unione a 27 membri, nella evoluzione tecnologica e nelle sopravvenute emergenze nella società dell'informazione. Nella rapida evoluzione delle tecniche di comunicazione, gli stessi errori – quando ci sono stati – dei concessionari di servizio pubblico hanno confermato la loro importanza come fornitori insostituibili di contenuti di qualità ai cittadini europei.

## Regole certe per tutti gli attori del nuovo sistema delle comunicazioni elettroniche

Il Parlamento vigili sul rispetto delle nuove regole di *governance* del servizio pubblico, sanzionando qualsiasi interferenza nella sua gestione, anche quella di propri membri, e procedendo periodicamente ad un'attività di vigilanza e di indirizzo sull'intero sistema delle comunicazioni elettroniche a distanza, qualunque sia la piattaforma di diffusione e di distribuzione.

Il pluralismo, anche quello della informazione, deve essere assicurato dall'equilibrio e dalla varietà delle voci ospitate e non dalla lottizzazione dei posti di comando. La tutela dei minori e il rispetto della dignità umana saranno frutti ulteriori della promozione di un profilo elevato dei diritti e dei doveri del giornalista e del dirigente del servizio pubblico, e di una rinnovata e trasparente politica di selezione del personale.

Informazione, fiction, intrattenimento e programmi culturali richiedono pari attenzione: occorre accompagnarli nella loro evoluzione, anche nel superamento tra le divisioni rigide tra i generi, con normative che tengano conto delle nuove prassi e difendano le distinzioni essenziali. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni è responsabile dell'applicazione delle leggi, della definizione di regole comuni del sistema misto, pubblico e privato, per la radio, la televisione e per la loro interazione con gli altri media nell'ambiente digitale. L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato deve vigilare al rispetto delle regole e a tutela della concorrenza nel nuovo ambiente digitale, impedendo la formazione di qualsiasi forma di posizione dominante, a cominciare dall'uso delle frequenze che devono tornare ad essere considerate un bene della collettività.

Una nuova pianificazione dello spettro radioelettrico per l'era digitale e un conseguente piano pubblico di riassegnazione delle frequenze digitali terrestri sono passaggi obbligati per uno sviluppo ordinato di tutto il sistema, sia pubblico sia privato.

## Per un servizio pubblico radiofonico televisivo e multimediale

Il servizio pubblico deve presidiare l'offerta dei nuovi servizi della convergenza multimediale al fine di favorirne lo sviluppo ordinato e di salvaguardare la diffusione dei contenuti di qualità e interesse generale. Possono essere necessari finanziamenti pubblici per l'avvio delle infrastrutture di rete al servizio della collettività, e laddove risultino insufficienti, le risorse dovranno essere reperite attraverso contratti di servizio o il ricorso al mercato.

Anche nei nuovi media deve essere esaltata la missione di servizio pubblico, intesa anche come volano di sviluppo dell'intero comparto multimediale. L'esperienza avviata nel Regno Unito è preziosa: il sito della BBC – leader nelle consultazioni in rete fra i cittadini del Regno Unito – risponde esclusivamente a missioni di servizio pubblico definite dal legislatore. Pur essendo stato costretto dall'Autorità inglese di vigilanza ad abbandonare iniziative di carattere più marcatamente commerciale, non per questo il sito ha ridotto il numero dei contatti, consentendo al contrario al servizio pubblico di svolgere anche sotto questo profilo un ruolo di apripista nell'era digitale.

Grande attenzione va posta allo sviluppo dei nuovi canali dell'ambiente digitale, e alla loro progressiva integrazione nell'offerta generalista. Il presidio dei generi deve essere riportato al centro delle logiche organizzative della produzione, senza peraltro abbandonare il presidio dei canali, formando così una struttura a matrice che incrociando il presidio dei canali, tradizionali e nuovi, con quello della produzione dei generi, favorisca sviluppo ed equilibrio basati sulle competenze. L'offerta territoriale, rivitalizzata dal digitale terrestre – che costituisce lo spazio logico e naturale per sviluppare servizi e funzioni utili ai cittadini – deve diventare una nuova frontiera del servizio pubblico. La sua attuale arretratezza rispetto alla media europea è forse tra le cause della parcellizzazione dell'offerta privata locale: le sinergie possono prevalere sulla concorrenzialità spinta.

Gli Enti locali richiedono accesso al servizio pubblico, ma devono avvalersi di una professionalità giornalistica autonoma, ancorché sensibile alle esigenze delle istituzioni, affidandone il coordinamento a organismi autonomi di garanzia.

Anche in Italia, attraverso un'azione combinata a medio termine che favorisca la convergenza tra radiofonia e televisione tradizionali e nuovi media interattivi, sarà possibile contrastare il *digital divide* fra nord e sud, recuperare segmenti del pubblico giovanile e alfabetizzare contemporaneamente quello più maturo ai nuovi linguaggi multimediali. Parafrasando la celebre trasmissione del maestro Manzi, anche in questo caso, quasi mezzo secolo dopo *Non è mai troppo tardi!* Solo in questo modo riusciremo ad evitare “un gioioso suicidio pubblico”.

*Bruxelles, Milano, Roma*

*Promotori e sostenitori di Infocivica:* Bino Olivi (Presidente), Roberto Amen, Francesca Anania, Angela Barberini, Flavia Barca, Gianni Bellisario, Lorena Benatti, Luigi Bizzarri, Maurizio Brunialti, Gabriella Carosi, Robert Castrucci, Ugo Cavaterra, Angelica Ceccarelli, Andrea Cendali Pignatelli, Claudio Cesaretti, Romano Chioventa, Nicola Cona, Licia Conte, Tiziano Cristani, Renato De Chiara, Donatella della Ratta, Nicola Del Duce, Vittorio Del Duce, Nicola De Rinaldo, Lino De Seris, Dario Evola, Franca Faccioli, Edoardo Fleischner, Alessandro Forlani, Antonio Formichella, Luciano Gambardella, Luigi Gambardella, Maria Gabriella Garsia, Jader Jacobelli, Giuliano Lemme, Giancarlo Loquenzi, Giacomo Mazzone, Andrea Melodia, Marilisa Merolla, Michele Mezza, Giovanna Milella, Gerardo Mombelli, Carlo Monti, Paolo Morawski, Salvatore Morello, Roberto Olla, Giorgio Pacifici, Silvana Paruolo, Massimo Pasquini, Pierfrancesco Pensosi, Andrea Piersanti, Augusto Preta, Giuseppe Rogolino, Stefano Rolando, Sergio Rossini, Nino Russo, Concetta Seminara, Bruno Somalvico, Gianluca Stazio, Gaetano Stucchi, Emilio Targia, Laura Testa, Ivana Trevisani, Andrea Vianello, Antonello Vodret e Angelo Zaccone Teodosi.

*Primi firmatari:* Piero Angela, Sergio Bartole, Piero Bassetti, Ernesto Bettinelli, Giancarlo Bosetti, Luciana Castellina, Liliana Cavani, Piero Craveri, Leopoldo Elia, Massimo Fichera, Pio Marconi, Piero Melograni, Mauro Miccio, Mario Morcellini, Paolo Pombeni, Alberto Quadrio Curzio, Francesco Perfetti, Aldo G. Ricci, Giuseppe Richeri e Giorgio Ruffolo.

È stata costituita a Roma il 15 dicembre 2003 l'Associazione senza fini di lucro, apartitica e aconfessionale Infocivica - Gruppo di Amalfi. L'Associazione è nata a tre anni di distanza dalla presentazione ad Amalfi nel settembre 2000 di un progetto di servizio radiotelevisivo e multimediale di informazione istituzionale e di istruzione civica nell'ambito di un seminario i cui Atti sono stati successivamente pubblicati dalla *Rivista Italiana di Comunicazione Pubblica*.

L'Assemblea Costituente dei soci fondatori ha eletto all'unanimità il Prof. Bino Olivi Presidente, incaricandolo della rappresentatività esterna dell'Associazione. Il Consiglio di Presidenza dell'Associazione è formato dai due Vice Presidenti Claudio Cesaretti e Andrea Melodia (cui è subentrato nel giugno 2005 Gerardo Mombelli), dal Tesoriere Luciano Gambardella e dal Segretario Generale Bruno Somalvico. Sono stati altresì eletti nel Consiglio Direttivo in qualità di soci fondatori Ugo Cavaterra, Nicola Cona, Licia Conte, Tiziano Cristani, Lino de Serriis, Rodolfo Falvo (cui è subentrato nell'ottobre 2008 Gianni Bellisario), Jader Jacobelli, incaricato di preparare le linee guida della Consulta Scientifica dell'Associazione (cui è subentrata nell'ottobre 2008 Laura Testa), Giuliano Lemme, Giancarlo Loquenzi (cui è subentrato nell'ottobre 2008 Carlo Monti) e Giacomo Mazzone.

*Secondo l'Art. 2 dello Statuto "L'Associazione intende favorire il rapporto tra i cittadini, le istituzioni e gli organismi pubblici, sia in ambito nazionale, europeo e internazionale, sia in ambito regionale e locale, avvalendosi di qualsiasi strumento o mezzo. A tale fine l'Associazione si propone altresì di favorire l'ideazione e la realizzazione di programmi di servizio pubblico e servizi di pubblica utilità nella società dell'informazione".*