

Lo scenario si prospetta preoccupante: al di là del "totonomine", l'Italia dei media soffrirà di un governo inevitabilmente debole, date le precarie condizioni del "sorpasso" del centro-sinistra. Eppure l'agenda del Ministro che verrà è fitta: IsICult ha elaborato un memorandum indipendente

Un "memorandum" per un **Ministro**

Angelo Zaccone Teodosi (*)

"Governo debole": in queste due parole, si sintetizza lo scenario che attende l'Italia nei prossimi mesi. Nell'edizione di aprile dell'Osservatorio scrivevamo dei rischi "gattopardeschi" sempre insiti nell'italica realtà, che vencesse la destra o che vencesse la sinistra. Alla luce dei risultati elettorali del 9 e 10 aprile, questo rischio si associa all'inevitabile debolezza strutturale che andrà a caratterizzare l'Esecutivo. Avremo un governo apparentemente forte alla Camera (grazie al premio assegnato dalla nuova legge elettorale) ed un governo certamente debole al Senato (ove la maggio-

ranza ha quasi caratteristiche simboliche). In ogni caso, le "contraddizioni interne" della maggioranza sono di entità quali-quantitativa tale da rendere assai ardua la governabilità del Paese.

Questa fragilità non può che tradursi in una difficile gestione della maggioranza stessa: tra Rifondazione Comunista e la Margherita esistono differenze abissali e non sarà sufficiente richiamarsi alle intese assunte in sede pre-elettorale (piuttosto confuse e generiche, in materia di politiche medialiali).

Tutto ciò premesso, che accadrà nell'arena mediale? Tendenzialmente, si può prevedere una sostanziale stabilità (lettura positiva) ovvero una sostanziale staticità (lettura negativa). Un governo siffatto avrà il coraggio di assumere decisioni radicali (per esempio, privatizzare una rete Rai, o ridurre da tre a due le reti Mediaset)? Non è verosimile.

Un governo siffatto potrebbe avere il coraggio di assumere decisioni radicali, ma non avrà, in Parlamento, in Commissione e in Aula, la forza per far sì che questi disegni di legge si tramutino in leggi dello Stato. Già si prevedono estenuanti discussioni nelle commissioni parlamentari e dinamiche ostruzionistiche in aula...

Per quanto riguarda specificamente l'arena mediale e culturale, le questioni che il Governo dovrà affrontare sono numerose e complesse. Proponiamo una nostra "agenda", all'attenzione del Ministro che verrà.

Una piccola/grande "agenda"

1) Verso un dicastero unico "cultura" + "media"

Il livello delle interazioni, se non della tendenziale integrazione, che il sotto-sistema "media" ed il sotto-sistema "cultura", anche in Italia, vivono è ormai tale da rendere indispensabile una "cabina di regia" unica. Il Governo che verrà – temiamo – non avrà cotanto coraggio, anche perché "accorpate" due dicasteri significherebbe "togliere" un ruolo ad un esponente delle molte forze che compongono la policroma maggioranza di governo. Eppure, il settore culturale ed il settore mediale richiedono ormai una regia unica, perché troppe sono le conseguenze che una politica pubblica ha nell'altro settore, e viceversa. Se Lei, caro Ministro, non avrà questo "potere" da subito, crediamo



debba adoprarsi affinché, nel corso della legislatura, si addivenga a questa soluzione, per evitare dispersioni di energie, economiche e politiche.

2) Una preliminare ricerca a 360 gradi

Lo scenario dell'industria culturale e mediale italiana mantiene, in molti suoi segmenti, caratteristiche nebbiose: il caso della perimetrazione e soprattutto della quantificazione del famigerato "Sic" (acronimo di "sistema integrato della comunicazione", tanto voluto dalla legge Gasparri ma le cui radici storiche vanno ricercate nella legge Mammi del 1990 e nella Macchiano del 1997) è sintomatico e simbolico al tempo stesso. Lo stato dell'arte delle informazioni e delle analisi sull'economia dell'industria culturale italiana è deprimente ed anche la "sommatoria" della Relazione annuale dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, dello studio dell'Istituto di Economia dei Media della Fondazione Rosselli, delle ricerche promosse dal Ministero per l'Innovazione, della Relazione annuale al Parlamento del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e, ancora, delle indagini promosse da soggetti come Federcomin ed altri, non consente una visione organica, coerente, accurata della struttura e delle dinamiche del sistema. Ci sono, nei dati e nelle stime e nelle analisi, infinite contraddizioni. Un altro esempio, tra i tanti? Non esiste, caro Ministro, incredibilmente non esiste una ricognizione aggiornata dell'universo delle Tv locali e delle Radio locali italiane. Come è possibile ben governare, in una situazione così nebbiosa?

3) Un laboratorio pubblico sulla Rai futura

Evitiamo commenti su come il Ministro Gasparri ed il Ministro Landolfi hanno gestito il nuovo "contratto di servizio" tra Stato e Rai: in occasione del precedente con-

tratto, abbiamo avuto l'onore di essere coinvolti, come esperti indipendenti, da Mauro Miccio, uno dei "saggi" cui Gasparri aveva affidato la gestazione del contratto ed abbiamo vissuto in prima persona quel parto, partecipando a molte riunioni, fornendo commenti e elaborando proposte (la gran parte delle quali non sono state accolte dal Ministro).

La gestazione del successivo contratto di servizio ha avuto invece caratteristiche molto più "private", nel senso che non c'è stata un'occasione una durante la quale la bozza sia stata oggetto di pubblica discussione. In nessun altro Paese europeo (intendiamo: Paese europeo evoluto), un atto così importante viene perfezionato, tra le "parti" (che sono sì parti, ma – di grazia! – entrambi soggetti pubblici, e quindi – almeno virtualmente – "super partes"), senza che la comunità, la collettività, gli "stakeholder" (i cittadini!) vengano coinvolti.

Per superare questo problema, non appena insediato, caro Ministro, Lei dovrebbe promuovere un pubblico dibattito, un vero e proprio "laboratorio" sul senso attuale e futuro della Rai. Non ha che da prendere a modello quel che avviene nel Regno Unito, ove, per un lungo periodo, un anno o due, viene promossa una sorta di "workshop" pubblico, al quale partecipano tutti i soggetti che si ritengono interessati. Dopo, solo dopo, il Governo decide.

4) Un intervento concreto a favore dell'emittenza locale

Mettiamo questa esigenza al quarto posto in quest'agenda, caro Ministro, non solo per dovere di... parte ("Millecanali" è, da sempre, la testata alfiere delle esigenze dell'emittenza locale italiana): in effetti, crediamo che si tratti di un "universo" mal trattato dai governi che si sono avvicendati negli ultimi vent'anni. Le Tv locali hanno, involontariamente, stimolato la costruzione di network televisivi nazionali, ma, costruite le reti nazionali, i governi



A proposito di "politica spettacolo". Dal 21 marzo, anche... Fox è scesa in campo per le elezioni politiche con due candidati forti e credibili e con un preciso programma. L'originale campagna elettorale è stata ideata dall'agenzia romana Am, pianificata da Mediacom. Due i "testimonial": Arthur Fonzarelli detto 'Fonzie' e Homer Simpson.

sembrano essersi disinteressati dei loro destini.

Le tv e le radio locali italiane rappresentano ancora un tessuto comunicazionale ed espressivo dalle ricchissime potenzialità, ma è finora mancata, nei governi, una sensibilità verso i media "di prossimità", nonostante tanta retorica sul rispetto delle culture locali. Vanno assunti provvedimenti concreti, di sostegno economico, mirato non alla mera sopravvivenza dell'esistente, ma allo sviluppo, soprattutto per quanto riguarda la produzione di contenuti, che resta il grande deficit dell'economia di questa parte del sistema mediale.

Non entriamo nel merito delle chances del digitale terrestre (da anni, abbiamo assunto una posizione di grande prudenza, a fronte degli entusiasmi di Mediaset e del suo Ministro Gasparri), ma tutti sappiamo

che le tecnologie consentono ormai di produrre non solo news, documentaristica ma anche fiction “low budget” e su questa strada ci si deve muovere. Per produrre cultura, per stimolare l'occupazione.

5) Un intervento concreto a favore della produzione indipendente di contenuti

La questione è delicata e nodale: in Italia manca un sistema pubblico di sostegno della produzione indipendente. La quasi totalità delle imprese di produzione dipende da Rai e Mediaset e non vi sono chances di diversificazione del finanziamento, data l'inesistenza di un mercato secondario (quello delle Tv locali, è, date le dimensioni economiche, asfittico). Inoltre, lo Stato sovvenziona la produzione cinematografica ma non quella audiovisiva non destinata alla prioritaria utilizzazione nelle sale cinematografiche: si tratta di un'anomalia, ovvero di una patologia, unica in Europa. Patologia che ha determinato varie gravi conseguenze: il segmento “cinema” tradizionale e quello “fiction” non sono integrati (basti osservare la coesi-

stenza di due associazioni di settore, l'Anica e l'Apt) e ciò contribuisce ad una debolezza di entrambi i segmenti. Senza un intervento concreto e deciso dello Stato, caro Ministro, il settore della produzione indipendente, in Italia, resterà sottodimensionato e non in grado di competere a livello internazionale.

6) Un intervento concreto a favore dell'internazionalizzazione del “made in Italy” audiovisivo

L'Italia è anche uno dei Paesi che denuncia un forte deficit, rispetto a Regno Unito e Francia, ma paradossalmente anche rispetto a Spagna e Germania, nelle capacità di internazionalizzazione del proprio sistema audiovisivo e l'attività di Mediaset con Telecinco e De Agostini con Antena 3 in Spagna non sono che eccezioni. Le vendite internazionali di prodotti audiovisivi italiani sono assai modeste e non esiste un'agenzia degna di questo nome che promuova il “made in Italy” adeguatamente. Questa agenzia è una priorità, e deve vedere attivamente coinvolti

non solo i “cinematografari” ma anche i produttori di fiction e le emittenti televisive, Rai e private. Al di là della costituzione di un'agenzia “ad hoc”, caro Ministro, sono indispensabili incentivi, economici e fiscali.

7) Un intervento concreto di stimolazione fiscale-tributaria dell'intero settore

Riteniamo che tutto il settore culturale debba ricevere una sferzata, con interventi decisi, sia a livello economico, sia a livello fiscale-tributario: senza discriminazioni, crediamo che tutte le attività culturali e mediali debbano godere di un trattamento privilegiato, anzitutto a livello di riduzione dell'aliquota Iva (esempio classico della contraddizione in termini: perché solo i libri e non i cd musicali e video godono di un'aliquota ridotta?) e di altre forme di incentivazione (“tax shelter”). L'industria culturale e mediale deve essere considerata uno dei settori trainanti dell'intera economia nazionale, al di là delle sue indubbie valenze socio-culturali. In questo, caro Ministro, Lei dovrà ovviamente raccordarsi al meglio con il Suo collega del Ministero dell'Economia.

8) Un intervento concreto contro la pirateria audiovisiva

Si tratta di una piaga che vede il nostro Paese nelle “migliori” posizioni delle classifiche internazionali: è un fenomeno che non è stato ancora adeguatamente contrastato, e che richiede un'azione da sviluppare su più fronti, anzitutto quello preventivo (con una campagna di sensibilizzazione che sia martellante ed efficace) ma anche su quello repressivo (è veramente incredibile osservare come cd “pirata” vengano venduti impunemente, finanche a pochi metri dalla sede di un Commissariato di Polizia!). Anche in questo caso, sono indispensabili due presupposti: il coinvolgimento di tutte le associazioni di settore (cinema, video,



Puntali analisi mediali. Il Presidente di IsCult Angelo Zaccone Teodosi (a sinistra) fotografato in occasione della presentazione della ricerca IsCult per Doc.it e Rai; accanto a lui, Gaetano Blandini, Direttore Generale per la Cinematografia del Ministero per i Beni e le Attività Culturali.

editoria, multimedia... autori e produttori, Siae in primis) ed un budget adeguato, perché la dinamica delle “nozze coi fichi secchi” – che caratterizza buona parte degli interventi della “mano pubblica” italiana nel settore culturale – dimostra ormai tutta la sua inefficacia.

9) Un'azione di “ecologia mediale”

Caro Ministro, il sistema culturale e mediale italiano presenta molti aspetti squilibrati (basti pensare, tra i tanti possibili esempi, a come gli investimenti pubblicitari penalizzino ingiustamente il medium radiofonico): non riteniamo che si debba ragionare in semplicistici termini repressivi di “anti-trust” (verticale, orizzontale, trasversale che sia), ma piuttosto di organiche prospettive “ecologiche”. L'ecologia, applicata al sistema dei media, significa analizzare le situazioni di squilibrio ed intervenire con correttivi “soft”, di stimolazione e non di repressione. Per capirci: le conseguenze dell'assetto duopolistico del sistema televisivo vanno analizzate attentamente e non è sufficiente – in sé – teorizzare (tanto, poi, quale governo metterà in pratica simili radicali decisioni? certamente non il governo che verrà! Vedi *supra*) che basterebbe “togliere” una rete a Rai e a Mediaset per fare in modo che tutto divenga “equilibrato”, nel senso di “ben temperato”. Gli interventi “decisionisti”, in un settore così complesso e stratificato, possono essere pericolosi (distruttivi) e possono determinare risultati ridicoli: che dire del surreale tentativo di “privatizzazione” della Rai messo in atto, e miseramente fallito, dal Governo Berlusconi? Non sposiamo le tesi Mediaset (“il duopolio è bello” e – in generale – “grande è buono”, come sosterebbe Confalonieri), ma crediamo che il Governo, prima di assumere decisioni rispetto all'assetto duopolistico, debba sviluppare accurate analisi di sce-

nario e di mercato, studi predittivi, ricerche prospettive (vedi *supra*, punto 2) dell'agenda).

Senza dubbio, esiste anche un problema di dimensioni dei gruppi medial italiani: sono piccoli, sono poco multimediali, sono poco competitivi sullo scenario internazionale.

In sostanza, “anti-trust” non è una formula magica. “Ecologia dei media” è, piuttosto, il principio cui ispirarsi: evitare che un medium cannibalizzi l'altro, cercando invece di promuovere sinergie, nell'interesse del sistema industriale nel suo complesso. E, ci si consenta, della collettività. Del suo diritto ad avere accesso al maggior numero di fonti e di media, e possibilmente non eccessivamente “pay”, e di fruire di “contenuti” nazionali, il più possibile diversificati.

10) Un “comitato nazionale per la cultura e i media”

Non siamo certo amanti della “comitatologia” (non intesa nella sua accezione classica, dello “slang” burocratico delle istituzioni europee, bensì come “superfetazione” di strutture consultive), ma crediamo che la complessità del sistema culturale e mediale italiano richieda un luogo istituzionale, spaziale e relazionale, di incontro e di discussione, una “stanza” di compensazione delle latenti conflittualità tra i molti “player”. Una sede ideale potrebbe essere il Cnel, semmai il Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro non avesse rinunciato, da sempre, a funzioni realmente propulsive. In sostanza, il Ministro che verrà potrebbe farsi promotore di un organismo di consultazione attiva di tutti gli “attori” del sistema: dalle associazioni imprenditoriali a quelle dei consumatori, dai produttori agli artisti. Un piccolo “parlamento”, nel quale affrontare, con cognizione di causa, le problematiche che abbiamo fin qui elencato. Per poter poi assumere decisioni di governo che siano ben ponderate.

Questo “comitato” dovrebbe disporre, “a latere”, di un Osservatorio nazionale, che divenga fonte, “super partes”, per le analisi di scenario e di strategia del Governo. Se ne faccia promotore, caro Ministro, altrimenti si ritroverà costretto a governare come gran parte dei suoi predecessori: senza adeguate cognizioni, e senza adeguate strategie.

Un sincero augurio

Ci auguriamo che il Ministro che verrà voglia apprezzare lo sforzo di sintesi che abbiamo messo in atto con l'elaborazione di questo piccolo/grande “memorandum”. Ci auguriamo che questi appunti possano fornire stimoli utili, soprattutto nell'auspicio del sempre valido motto einaudiano del “conoscere per governare”.

Come abbiamo già scritto nella precedente edizione, leggendo i programmi del centro-sinistra e del centro-destra, si trae purtroppo l'impressione che la lezione di Einaudi sia stata ignorata.

E ci piace chiudere ironicamente quest'edizione della rubrica citando l'eccellente campagna pubblicitaria di Fox Channels Italy, lanciata proprio durante la fase finale della campagna elettorale: “Vota Fonzie. Noi abbiamo il programma”. Effettivamente, Fox il programma ce l'ha veramente. E gli altri? MC

(*) Angelo Zaccone Teodosi ha cofondato IsICult con Francesca Medolago Albani e lo presiede dal 2001. L'Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsICult è un centro di ricerca indipendente, specializzato da oltre un decennio nell'economia dei media e nella politica culturale. Tra i committenti degli ultimi anni: Rai, Mediaset, Uer, Mpa, AgCom, Apt, Doc.it, il Comune di Roma. Dal 2003, IsICult realizza un Osservatorio sulle Tv Pubbliche Europee, su commissione Rai ed un Osservatorio sulle Tv Mediterranee ed Arabe. L'Osservatorio IsICult/Millecanali, laboratorio di analisi sulla Tv e i media, è stato attivato nell'ottobre del 2000 (vedi “Millecanali” n° 294). IsICult, Palazzo Taverna, via di Monte Giordano 36, 00186 Roma. Tel./fax 06/6892344 - info@isicult.it - www.isicult.it.