Ecco una descrizione distaccata dell'agenda televisiva dei prossimi mesi, che ruota intorno alla Rai ed ai suoi futuri possibili. Molti elementi fanno ritenere che il sistema mediale italiano, ed in particolare quello televisivo, sia meno dinamico di quello degli altri maggiori Paesi europei

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

"Statico stagnante"

L'estate è inoltrata, le ferie sono - per i più - imminenti, e la situazione mediale del Paese appare sostanzialmente... statica: qualche amico e lettore ci segnala che, nel linguaggio utilizzato da IsICult, quest'aggettivo, "statico", è frequente, anzi spesso si accompagna ad un altro, "stagnante". C'è del vero, ma non crediamo si tratti di una idiosincrasia stilistica o, peggio, caratterial-ideologica (insomma, una lettura "negativa", negativizzante, della realtà: certo, "statico-stagnante" non è come lo... "splendido splendente" di una canzoncina pop di qualche anno fa).
Il nostro primo lavoro (il secondo è il giornalismo) è l'attività di ricerca e di consulenza specializzata sui media e sull'industria culturale in generale, con particolare attenzione alle analisi comparative internazionali: forti di questo "osservatorio" privilegiato, possiamo - con cognizione di causa - ritenere che il sistema mediale italiano, ed in particolare quello televisivo, sia assolutamente meno dinamico di quello degli altri maggiori Paesi europei.

Mediaset batte (tendenzialmente) la Rai

L'estate è inoltrata, e, a parte la complessa operazione dell'acquisizione di Tele+ (Vivendi Universal) da parte di Murdoch, sulla quale i "paletti" non sono pochi (il placet della Commissione Europea, il placet delle due autorità italiane - concorrenza e comunicazioni - , le effettive chances di far affermare la televisione a pagamento sul difficile mercato italiano, e, non ultima, la disponibilità di un partner italiano...), il sistema televisivo nazionale è apparso scosso, negli ultimi mesi, da problematiche soprattutto politiche, che ruotano tutte intorno alla maggiore "fabbrica" di cultura del Paese, la Rai.
Le nomine Rai: è ancora presto, per capire se è effettivamente in atto, come sostiene a spada tratta il centro-sinistra, un processo di lenta depauperizzazione della Rai e di sottile omologazione ideologica, attuato attraverso l'applicazione di un meccanismo di "spoil system" al top management aziendale ed alle "star" (i casi Biagi e Santoro non rappresentano certo segnali di una particolare vocazione al pluralismo, ma, piuttosto, di una volontà punitiva): è però un dato di fatto, piuttosto preoccupante (dal punto di vista della tv pubblica), che nel periodo che va da inizio marzo a fine maggio 2002, le tre reti Mediaset hanno guadagnato un 2,9 per cento, sullo share dello stesso periodo dell'anno precedente, mentre la Rai ha perso il 3,9 per cento. La forbice tra i due gruppi tende ad aprirsi, e nello stesso periodo (10.3.2002-31.5.2002), Mediaset batte Rai per 46,3 a 44,4 (share prime-time individui, dati Auditel, pubblicizzati alla grande dalla stessa Mediaset).

I futuri possibili della Rai

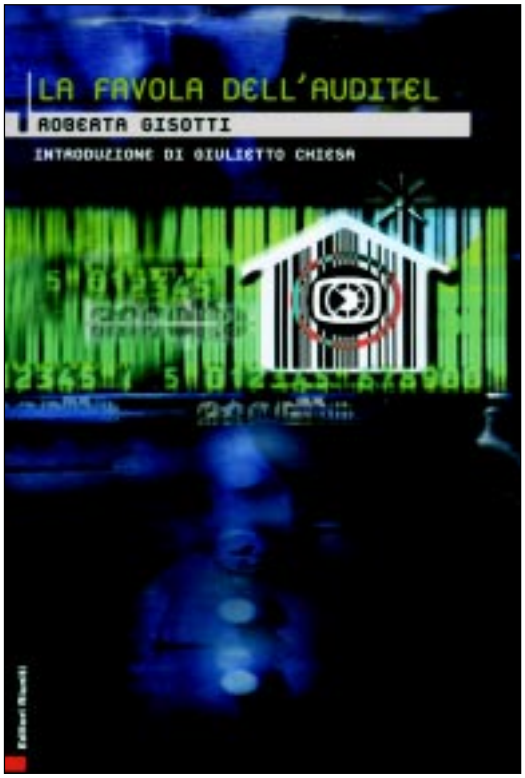
I (lungo periodo): a fine giugno, la Corte Costituzionale ha ribadito che il canone Rai è costituzionalmente legittimo, nonostante non vi sia

più il monopolio Rai. L'alta corte ha però sentenziato che il canone "consente e impone" alla concessionaria del servizio pubblico 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 a quelle proprie dei soggetti privati".
Gli effetti di questa sentenza non saranno né immediati né rivoluzionari, ma certamente una posizione chiara è stata finalmente assunta.
II (medio periodo): la confusione regna, anche se appare evidente l'intenzione dell'Esecutivo di reindirizzare la "mission" aziendale della tv pubblica verso un maggior rispetto di quelli che dovrebbero essere i suoi obblighi istituzionali: pluralismo, diversità d'offerta, educazione, sensibilità nei confronti dei minori... C'è sempre, poi, il problema della rete federalista (in materia è stato organizzato a Firenze un importante convegno a fine giugno, promosso dal coordinamento dei Corecom regionali, presieduto da Riccardo Nencini, iniziativa sulla quale "Millecanali" tornerà con adeguata attenzione), cioè la necessità di rendere più produttivo il potenziale spesso inespresso di professionalità e strutture di cui la Rai dispone sul territorio (ed il modello della tv pubblica francese Fr3 ci appare particolarmente interessante); appare invece "accantonato" il progetto di "nuova" Rai 3 senza pubblicità, connesso con il "salto" sul satellite di Rete 4, che slitterà nel tempo, anche perché le problematiche deconcentrative non sono certamente nell'agenda del Governo; il Ministro Gasparri ha peraltro annunciato che la data del 2006, per lo "switch-off" al digitale, si sta confermando essere troppo ottimistica, e verosimilmente non praticabile...
III (breve periodo): a fine 2002, scade il "contratto di servizio" tra Rai e Ministero delle Comunicazioni, e, per la prima volta nella storia, la gestazione di questo fondamentale documento non dovrebbe restare più chiusa nelle segrete stanze di Largo Brazzà (la sede politica del Ministero) e di Viale Mazzini, ed il perfezionamento contrattuale non dovrebbe subire i ritardi temporali del passato. Il Ministro Gasparri ha deciso di procedere alla riscrittura del testo attraverso una serie di iniziative pubbliche (un "forum" il 1° luglio) ed attraverso alcuni gruppi di studio consulenziali...
Ci sono tutte le premesse per una dialettica trasparente e sana, produttiva di un dibattito nazionale e pubblico, del quale - con modestia - siamo stati aperti sostenitori (si ricordi l'iniziativa promossa da IsICult sulle colonne del quotidiano "Italia Oggi", ed ovviamente anche su "Millecanali", in occasione della stesura del precedente contratto di servizio)...

Viale Mazzini al centro di tutto. *Il presidente della Rai Antonio Baldassarre e il direttore generale Agostino Saccà. Visto che molto, nel futuro dei mass media italiani, ruota attorno alla questione del "servizio pubblico", in queste pagine presentiamo tre scenari per l'avvenire della stessa Rai, a breve, medio e lungo termine.*

La voce degli utenti e tante commissioni

Su altri "fronti", si osserva una qualche effervescenza: il Consiglio Nazionale degli Utenti (presieduto da Cesare Mirabelli), organo ausiliario dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ha promosso il 5 luglio, anch'esso, presso una sede istituzionale qual è il Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro, un "forum", per ascoltare associazioni di telespettatori e di consumatori, accademici e professionisti. Anche questa iniziativa è concentrata sui modelli possibili di televisione pubblica. I tempi appaiono maturi affinché anche in Italia la voce dei telespettatori acquisisca una maggiore forza, e possa, se non "contrapporsi", interagire con le ragioni dell'impresa, che restano quelle dominanti nel sistema televisivo nazionale.
È evidente un deficit di democrazia mediale, nella televisione italiana: AgCom appare spesso distratta dalle problematiche delle telecomunicazioni e l'attenzione che presta alla televisione non è intensa come sarebbe necessario. Ancora più distratta appare l'Autorità per le Comunicazioni rispetto al problema dei "contenuti" televisivi: si pensi che, a distanza di mesi dalla conclusione della ricognizione effettuata sull'universo dei produttori audiovisivi italiani, tarda ancora ad essere pubblicato l'albo dei produttori indipendenti, così come tarda l'emanazione del regolamento sui diritti residuali, importante strumento di regolazione del rapporto (certamente in Italia più asimmetrico rispetto ad altri Paesi europei) tra emittenti televisive e produttori...
Infine, si osserva una discreta proliferazione di commissioni di studio, promosse dal Ministro Gasparri, o comunque da lui potenziate:
- la Commissione per il riassetto del sistema radiotelevisivo presieduta da Adalberto Baldoni (che peraltro a fine maggio ha costituito anche un Centro studi economici sulle comunicazioni), nella quale sono attivamente coinvolti i rappresentanti delle associazioni di settore;
- la Commissione per il contratto di



Un volume "ipercritico". *Il libro "La favola dell'Auditel", scritto da Roberta Gisotti per gli Editori Riuniti, rilancia tutte le polemiche (alcune datate, altre più interessanti) sull'indagine d'ascolto "ufficiale" della Televisione italiana.*

servizio Rai, formata dai consulenti del Ministro, Mauro Miccio - già consigliere di amministrazione Rai - e Massimo Pini - già consigliere di amministrazione Iri - , dal consigliere Roberto Caravaggi, dalla dirigente del dicastero Laura Aria;
- la Commissione presieduta da Guido Alpa, che sta studiando la revisione delle leggi Mammì e Maccanico, che dovrebbe affrontare anche la questione della privatizzazione della Rai (e si ricordi che a maggio Romiti ha dichiarato a chiare lettere, che "se si privatizza, non staremo a guardare");
- il costituendo (già approvato nella sostanza politica, ma in attesa di perfezionamento dell'iter formale, perché si tratta di un provvedimento che prevede una modificazione di legge) Consiglio Superiore per le Comunicazioni, affidato all'avvocato Gianni Massaro (peraltro presidente dell'Anica, la maggiore associazione dell'industria cinematografica italiana), che dovrebbe intervenire - a largo spettro - sulle problematiche del sistema televisivo ed audiovisivo italiano (inclusa la stesura del nuovo contratto di servizio Rai)... Il Consiglio ha assorbito anche il Forum per le Comunicazioni, altra struttura consulenziale che il precedente esecutivo (Cardinale-Vita) avevano affidato ad Enrico Manca...

Ci si domanda se questa proliferazione di commissioni di studio produrrà risultati coerenti ed organici, perché, senza dubbio, un qualche rischio di superfetazione intellettuale (con le inevitabili ricadute burocratiche) c'è... Insomma, va evitato il rischio che troppi "think-tank", accavallandosi e neutralizzandosi l'un l'altro, producano un insterilimento della preziosa funzione dei pensatoi. Insomma, troppo pensiero inibisce l'azione. E l'Italia, come abbiamo già osservato, è fin troppo... statico-stagnante, in materia di televisione.
D'altronde, riteniamo - e forse, in questa considerazione, c'è un qualche interesse "di parte" - che le commissioni debbano dotarsi di strumentazioni tecniche adeguate, data la loro funzione di consulenti nel processo di "decision making": purtroppo, in Italia gli studi analitici ed accurati sull'economia e la politica della televisione sono assolutamente rari. Si pensi che non esiste nemmeno, a distanza ormai di decenni dalla nascita del fenomeno, una ricerca approfondita sulla socio-economia delle televisioni locali...
Manca ancora, in Italia, un rapporto annuale sull'economia e la politica della televisione, un documento che si ponga come testo di riferimento per la comunità degli operatori, dei "policy maker", degli accademici.

Le polemiche su Auditel

Un'annotazione finale, anzi un consiglio per una lettura per l'estate: merita una citazione un pamphlet pubblicato in giugno da Editori Riuniti, "La favola dell'Auditel", di Roberta Gisotti (giornalista di Radio Vaticana), che ripropone all'attenzione un'altra delle questioni nodali del sistema televisivo italiano, la funzione di Auditel come regolatore (mercantile) del sistema. Il libro è interessante e stimolante, anche se l'autrice ha una posizione ipercritica nei confronti di Auditel, che ritiene strumento metodologicamente inaffidabile (e l'ex presidente dell'Istat, Zuliani, sembra darle ragione) e politicamente pericoloso (perché tenderebbe a ridurre il pluralismo dell'offerta). Si ricordi anche che la legge n. 249 del 1997, all'articolo 1 (comma 6, lettera B, punto 6), prevede che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni potrebbe sostituire o affiancare ad Auditel un proprio strumento di rilevazione delle audience. E magari integrarlo con strumenti di analisi qualitativa e del gradimento. E che, in Italia, il problema della qualità televisiva non venga affrontato in modo adeguato è assolutamente evidente, così come la grave perdurante confusione tra tv pubblica e tv commerciale. MC

(*) Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsICult, centro di ricerca indipendente specializzato nell'economia dei media e nella politica culturale
Via della Scrofa 14, Roma 00186
Tel./fax (39) 06 689 23 44
info@isicult.it - www.isicult.it