

NEWS OF LIFE – NOTIZIE DI VITA

di Vincenzo Vita



TANTO TUONO' CHE PIOVVE

“Tanto tuonò che piovve”, frase attribuita persino a Socrate, ben si attaglia alla triste storia del fondo per il pluralismo e l’innovazione dell’informazione. Se ne è parlato tante volte su *il manifesto*, da ultimo con l’esauriente articolo a firma Matteo Bartocci dello scorso venerdì 12 ottobre. Tuonava, ma ora piove davvero. Con fulmini ben mirati. La novità è duplice. Da un lato in una delle proposte della legge di bilancio si parla del graduale azzeramento del fondo; dall’altro il ministro dell’economia Tria ha annunciato, nel corso dell’audizione presso la commissione parlamentare di vigilanza, l’abolizione del cosiddetto extraggettito del canone rai, circa 100 milioni di euro tra giornali, radio e televisioni locali. La somma è zero, più o meno. L’ammontare delle risorse che vanno alle testate non raggiunge, infatti, i sessanta milioni. Altro che gradualità. Il combinato disposto, come dicono i giuristi, potrebbe suonare da campanello d’allarme per prestiti e fidi bancari, essendo gli istituti di credito assai spicci nel dare-avere.

La compagine di palazzo Chigi, cui una parte della sinistra ha voluto guardare magari con simpatia, sta riuscendo dove neppure Berlusconi e Tremonti: far chiudere una bella fetta della comunicazione italiana, con effetti drammatici sull’occupazione e sull’intera filiera: dai centri stampa, alla distribuzione, alle edicole. Già si legge pochissimo, ci racconta il Censis. Che accadrà? Si abroga la cultura? Del resto, una platea di cittadini sudditi e ignoranti è ciò che sembra stare a cuore agli attuali potenti. Avvezzi a rompere le stratificazioni intermedie per valorizzare il rapporto diretto tra un gruppo di ottimati e la folla (né classi, né popolo, bensì *social-corpi*), gli odierni leader hanno fastidio per le voci libere: critiche o anche solo non osannanti.

Anni fa, in un’indimenticabile serata dedicata alla Costituzione, l’ex presidente Scalfaro –in bellissimo dialogo con Pietro Ingrao- fece una puntualizzazione storica che ora torna di attualità. Disse che tanti come lui, conservatori e borghesi, non si accorsero subito

dell'avvento del fascismo. La scossa del risveglio furono la promulgazione delle leggi razziali e la soppressione della libertà di espressione. Il decreto di Salvini e la repressione dei migranti forse non sono ancora razzismo, ma ci si avvicinano e lo evocano. Le contumelie e le minacce contro giornalisti e programmi non allineati hanno creato un clima pesante in settori in cui la prevalenza del precariato senza tutele offre il fianco alle censure e alle auto-censure.

E' questo che si vuole? E' mai possibile che in una transizione prepotente e rischiosa dall'età analogica al mondo digitale non si pensi ad una strategia adeguata e si prendano –invece- le briciole da un fondo ormai bonificato nei criteri di erogazione e ridotto a ben poco nell'entità?

Ecco, il buongiorno si vede dal mattino, come dice un'altra massima eterna. E la qualità del diritto all'informazione è un sintomo chiaro dello stato delle cose. Quindi, la proposta uscita dal consiglio dei ministri ci racconta un pezzo di verità sulla natura profonda della compagine di maggioranza.

Facile prendersela con i soggetti deboli e non supportati dal mercato. Meno agevole è aprire uno scontro serio con gli oligarchi della rete, che hanno in pugno i dati e le identità di una cospicua fetta di umanità. E che pagano meno tasse, in proporzione, di un piccolo esercizio commerciale. Da lì, senza inventarsi niente, arriverebbe –senza pesare sui semplici cittadini- un fondo per l'editoria alla n potenza.

CAPTIVE MEDIA

La tragedia di Genova e il dibattito che ne è seguito sulle privatizzazioni hanno riproposto in modo crudo il tema della subalternità dei grandi gruppi editoriali. *Captive media*, per usare il gergo.

Con tutto il rispetto, ovviamente, per giornalisti e tecnici che vi lavorano, le principali testate sono intrecciate a settori merceologici diversi, nonché tessere di mosaici proprietari in cui l'indipendenza è sempre a rischio. Di qui, la timidezza a scrivere il cognome Benetton, azionista di riferimento della società Autostrade tramite il fondo Atlantia. E di qui pure una certa disponibilità a prendere per buone le linee difensive sull'eventualità di revoca o decadenza della concessione. La pubblicità è l'anima del commercio, diceva un vecchio motto. Guai a perdere un investitore "pesante" come la famiglia trevigiana, con i suoi maglioni colorati, i messaggi "provocatori", e i caselli costosi. Deciderà la magistratura genovese, cui dovrebbero essere messi a disposizione mezzi straordinari, qualità e gradazioni delle colpe. Tuttavia, risulta evidente che tanta negligenza vi è stata, e da numerose parti. I media –soprattutto quelli stampati, essendo le inserzioni televisive in questo caso relativamente inferiori- non sono stati davvero liberi, dipendendo i loro ricavi molto dalla pubblicità. Le vendite in edicola, com'è noto, sono in calo da tempo.

La vicenda del ponte Morandi è solo la punta dell'*iceberg*. Sull'intero capitolo delle privatizzazioni il potere mediatico, con eccezioni virtuose, ha svolto un ruolo spesso debole se non complice dei gruppi dirigenti politici e imprenditoriali (pressoché tutti, se c'è l'inferno serve un soppalco) che negli "splendidi" anni novanta si ubriacarono di liberismo. Era la stagione di un centrosinistra "blairiano", ammaliato dal superamento dello statalismo. A favore di un privato, ecco il caso italiano, fatto di poche famiglie protese al proprio "particolare" e prive di visione strategica. Il caso delle telecomunicazioni è persino clamoroso. L'ex Stet-Sip fu buttata sul mercato, rigettando la proposta alternativa alla privatizzazione *tout court*, vale a dire la liberalizzazione dei servizi accompagnata dal mantenimento della rete in mano pubblica, senza che del dibattito si desse quasi notizia. Il *mainstream* era altro: meno stato, più mercato. Naturalmente, le compromissioni tra editoria e protagonisti della vita economico-finanziaria erano forti, tali da impedire il pieno svolgimento della funzione di "contropotere". La Rai filo-governativa, Mediaset berlusconiana e stampa proprietaria hanno accompagnato le scelte incaute pure di quel periodo. Ora si versano lacrime di coccodrillo e ci si interroga, ad esempio, sul perché l'autorità dei trasporti fu costituita alcuni anni dopo l'avvenuta vendita di Autostrade. E sul perché venne tolta dalle funzioni della stessa autorità la competenza sul controllo delle concessioni. Ma se si riguardano le cronache dell'epoca non si rintracciano soverchie grida di dolore.

Ci sono soluzioni facili? No, purtroppo. Non è immaginabile vietare la pubblicità, decretando la fine di testate e la perdita di posti di lavoro. Ma proprio le narrazioni antiche e presenti, con le loro lacune e con le manipolazioni, sollevano ancora una volta il coperchio di una pentola che ribolle da anni: la definizione di uno "statuto dell'impresa editoriale", che preservi autonomia e specificità dell'informazione. Ecco, sottosegretario con delega Crimi, un bel compito autunnale: non meno importante della revisione degli atti concessori.

COPYRIGHT, COPYLEFT

Lunedì scorso si è tenuto alla Mostra del cinema di Venezia, nell'ambito delle giornate degli autori, un importante convegno sul copyright e il diritto d'autore. Scade il termine, infatti, per la presentazione degli emendamenti al testo della direttiva europea sulla materia, varato dalla commissione giuridica ma bloccato dal voto dell'assemblea del parlamento lo scorso luglio. Il testo arriverà di nuovo in sede plenaria il prossimo 12 settembre.

Si respirava all'iniziativa di 100 autori, Aidac, Anac e Wgi un'aria di rivincita, quasi una partita di ritorno rispetto al primo tempo. Quando si era scatenato un vero e proprio uragano lobbistico da parte degli *Over The Top* (Google, Amazon, Facebook, Apple, Twitter) che con scaltrezza si sono appropriati della bandiera della libertà di informazione, approfittando della debolezza di sinistre e movimenti assai attivi sull'argomento in stagioni

precedenti. Del resto, va detto che l'articolo 13 del testo, evocato positivamente dal mondo dei produttori di contenuti –giornalistici o culturali- come tutela del lavoro intellettuale, rischia di sortire l'effetto opposto. Com'è noto, infatti, nei testi normativi non contano le buone intenzioni, bensì le asciutte righe dello scritto. Ecco, se non cambia l'articolato, si affida ai medesimi oligarchi dei dati il controllo preventivo dei contenuti per verificare le eventuali infrazioni del diritto d'autore. Come dare al lupo la cura delle pecore. Sia un'autorità terza e indipendente a "sorvegliare e punire", con un atteggiamento consapevole della diversa percezione del concetto della proprietà intellettuale da parte delle generazioni digitali. Un approccio meramente proibizionista non colpisce certamente la pirateria organizzata, mentre rischia di funzionare solo come deterrente ideologico. Che gli *Over The Top* siano obbligati a rendere trasparenti le loro macchine algoritmiche e a pagare adeguatamente le tasse: gli autori hanno imposte per 240 milioni di euro, mentre i nuovi zar della conoscenza meno di un decimo.

Insomma, una riscrittura dell'articolo incriminato che ha sollevato le critiche è doverosa. Così come pure all'articolo 11, che impone il pagamento pure per i brevi sunti degli articoli, andrebbe aggiunta la clausola "salvo intese tra le parti", per auspicare un saggio negoziato tra editori e organizzazioni sindacali teso a incentivare la lettura.

Si riuscirà a sbloccare la situazione? Entra in gioco una inevitabile riflessione geopolitica. La materia non è più nelle mani e nella mente dell'Europa che negli anni ottanta e novanta del secolo scorso si batteva per la "diversità culturale" contro omologazione e negazione dell'autonomia dei media. Il vento sovranista e di destra che si aggira nel continente fa sperare ben poco. Al crescente autoritarismo quell'articolo 13 fa proprio comodo, ma non per limitare la pirateria, bensì per controllare alla fonte idee e contenuti. Come nell'intesa recente tra Google e la Cina, che ha provocato un'inedita protesta di 1400 addetti della società che nasceva proprio vent'anni fa in un garage californiano.

Al convegno veneziano è intervenuta la sottosegretaria del ministero delle attività culturali Lucia Borgonzoni, che ha la delega al cinema e all'audiovisivo. Si è espressa a favore delle richieste degli autori, forse dimentica della forte e opposta presa di posizione del vicepremier Di Maio lo scorso 10 luglio nel corso della presentazione della relazione annuale del garante dei dati personali Soro. E' scontro tra Lega e 5Stelle?

CRIMI AMARO

Il sottosegretario con delega all'editoria Vito Crimi è persona pacata e dialogica. Tuttavia, non è privo di pre-concetti. Il Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione, già Fondo per l'editoria rivisto dalla legge n.198 del 2016, non è gradito al responsabile di settore del governo. O, meglio, si suggerisce un rovesciamento dell'ordine degli addendi: dal finanziamento delle testate al contributo ai lettori. Peccato che, in una simile eventualità del resto da tempo ipotizzata dai grandi gruppi editoriali in crisi di vendite, tutte le vacche diventerebbero nere. Ne farebbero le spese proprio i giornali meno tutelati dal

mercato, per i quali fu immaginato il sostegno pubblico. Quest'ultimo non ha senso se riguarda indiscriminatamente ricchi e poveri, se mischia quotidiani di movimenti e cooperative (vere) o legati al territorio con le strutture più forti e relazionate. Come è noto, gli editori puri in Italia scarseggiano. Non a caso i cosiddetti contributi indiretti furono aboliti diversi anni fa, salvo lo sconto per le utenze telefoniche. In uno stato democratico che intenda tutelare la libertà di espressione contro le censure politiche ed economiche l'utilizzo della leva pubblica è indispensabile. Del resto, in numerosi paesi è così. Con cifre superiori a quelle italiane.

Purtroppo, dopo la dichiarazione programmatica tenuta davanti alla commissione cultura della camera dei deputati lo scorso 26 luglio, e pure a seguire l'intervento dello scorso fine settimana al "Rousseau city lab" di Cesenatico, il testo pubblicato su "Datamediahub.it" è una doccia fredda. Qui la linea appare persino chiarissima: "...Dunque deve essere chiaro che la contribuzione pubblica presto sparirà,,,". Così scrive Crimi rispondendo con sorvegliata educazione alla lettera aperta del direttore della testata on line Pier Luca Santoro, che poneva tra l'altro proprio tali questioni. Si ricorre ad una valutazione sfalsata (una fake...) sull'entità del fondo, che non è tra i maggiori bensì tra i minori degli interventi statuali. 58 milioni di euro per una cinquantina di testate, meno della metà di quanto fossero dieci anni fa.

Insomma, si tratta di un ribaltamento della realtà, figlio di un furore ideologico che stride con il bon ton del sottosegretario. Sembra una cambiale da pagare alle spinte e alle suggestioni comiziali contro i giornali di partito. Che, va ricordato agli aderenti del Mov5Stelle, non esistono da tempo. Ci sono ed è fondamentale che continuino a vivere i giornali che arricchiscono il tessuto comunicativo, altrimenti inaridito e rinchiuso nelle cittadelle dei trust. O esposto all'assalto degli oligarchi della rete e dei dati.

Sarebbe preferibile che Crimi avviasse davvero l'annunciata riflessione sul sistema, convocando gli "stati generali dell'editoria", appuntamento vagheggiato da tutti i predecessori di palazzo Chigi. Altrimenti, qualsiasi ragionamento sul fondo per il pluralismo finisce in un vicolo cieco. Si vuole passare alla storia per la morte di un po' di giornali o si intende contribuire alla ripresa di un universo essenziale per la trasmissione dei saperi?

Nella relazione svolta in parlamento si fa riferimento con parole condivisibili agli aspetti critici della nuova direttiva europea sul copyright, rimandata a settembre per il vespaio che ha determinato. Ecco, lì si vedono in controluce i veri "poteri forti" che combattono e si dibattono. In quella landa si vince o si perde: per il futuro. Si gioca la partita storica della contraddizione tra la tutela (giusta e sacrosanta) del lavoro intellettuale e quella corporativa della proprietà di pochi.

Insomma, si capisca chi sono davvero i "nemici del popolo".

E COSÌ FOA

Fumata bianca per Marcello Foa alla presidenza della Rai. Bianca ma non candida, si è denunciato da parte di diversi parlamentari, in quanto qualche scheda sembrava irregolare. E' stato chiesto l'accesso agli atti, ma è stato negato. Strano, no? Ci sono del resto precedenti di qualche similitudine, ad esempio nel luglio del 2012, quando per l'incertezza di una scheda l'allora presidente Sergio Zavoli fece ripetere la votazione: in quella annullata era passata Flavia Piccoli Nardelli, esclusa nel pronunciamento successivo. Fu un peccato, ma il voto fu considerato sacro. E' diventato pagano?

Pur con toni dimessi (forse appositamente) Foa si è subito esibito in un'affermazione incredibile, vale a dire l'apprezzamento avuto direttamente dal governo. E il parlamento? Lo scaltro amico Salvini non gli avrà per lo meno detto che certe cosacce si fanno ma non si dicono? Insomma, l'ouverture di Foa è stata una bella gaffe. Giustamente, il sindacato dei giornalisti della Rai (Usigrai) e la federazione della stampa hanno posto il problema della continua lesione dei principi costituzionali, di cui l'ultima esternazione è –appunto- solo l'ultimo anello di una catena che inizia con la legge n. 220 del 2015. Comunque, si è notata una certa in-coscienza da parte del neo eletto, visto che si è pure paragonato in recenti interviste a Kim NovaK, “la donna che visse due volte”. Ecco, poteva pensarci due volte prima di azzardarsi in territori presidiati dai colti e pretenziosi amanti di Hitchcock. E i particolari, ci hanno insegnato la semiologia e il tenente Colombo, ci fanno capire subito chi è il colpevole.

Il voto contrario di Liberi e uguali, la non partecipazione polemica alla cerimonia del partito democratico, due astensioni nel blocco “blindato”, le posizioni critiche della consigliera Borioni insieme al distinguo del collega Laganà, la sollevazione sindacale dovrebbero ora concretizzarsi in una decisa iniziativa politica. Non si può, non si deve accettare che il servizio pubblico degeneri, estinguendosi sotto il ridicolo vestito di una sbiadita azienda governativa. Minore, vista la stasi prolungata a fronte della veloce trasformazione del settore. Da Comcast che rileva buona parte dell'impero di Murdoch, alla triangolazione competitiva Tim-Vivendi-Mediaset, all'ascesa de La7. All'incrocio indispensabile, e tuttavia assai arretrato a viale Mazzini, con la rete.

Chi ha voluto intensamente indebolire la Rai finora c'è riuscito. Senza parlare delle voci disarmanti che corrono sulle prossime nomine: lottizzazione 2.0.

Un po' sorprende, però, che associazioni e movimenti così tempestivi –giustamente- a scendere in piazza o a organizzare sit in occasioni passate e recenti siano ora afoni. L'assalto alla diligenza era grave allora, non è meno inquietante oggi. Perché tante incertezze? Non si vuole creare problemi al Mov5Stelle alleato con la Lega? Il silenzio danneggia anche le anime pentastellate, che prima o poi renderanno pure conto dell'enorme distanza tra le promesse e la realtà.

MESSAGGIO PER LA LIBERTÀ

Il presidente della Repubblica Sergio Mattarella, nel messaggio inviato all'amministratore delegato della società editrice Sud Spa, ribadisce con molta decisione che "L'incondizionata libertà di stampa costituisce elemento portante e fondamentale della democrazia e non può essere oggetto di insidie volte a fiaccarne la piena autonomia...". Non è una dichiarazione di routine, perché i tentativi di "fiaccare" l'informazione sono diventati una costante. E il governo gialloverde non solo non ha innovato su di un terreno così delicato, che in Italia negli anni recenti ha conosciuto l'era berlusconiana e l'interventismo dell'ex premier Renzi, ma sta emulando i predecessori. Non è dato sapere se il Presidente si riferisse a qualche episodio recente, tuttavia non è da escludere.

Non saranno sfuggite le esternazioni di Luigi Di Maio sui giornali troppo critici verso l'esecutivo, fino all'invito alle aziende a partecipazione pubblica a cessare le inserzioni pubblicitarie. Naturalmente Matteo Salvini non è da meno, anzi. Tra l'altro, il leader leghista sta insistendo al di là dell'immaginabile per la nomina del presidente della Rai, con un metodo che fa persino rimpiangere la vecchia lottizzazione. Un pressing continuo, dunque, finalizzato a delegittimare il potere dei media classici, a tutto vantaggio dei *social*. Trasformati questi ultimi da luogo di democrazia partecipata a pure bacheche elettroniche di propaganda.

Non solo. Non è da sottovalutare la recente intervista (Il Fatto Quotidiano di venerdì 14 settembre) del sottosegretario con delega all'editoria Vito Crimi. Si torna sul Fondo per il pluralismo (ex Fondo editoria) di cui viene annunciato un prossimo taglio, almeno della metà. Si confondono le risorse "indirette" (sconti telefonici, pagamento forfettario dell'Iva), con i contributi diretti dedicati alle testate cooperative, locali o di opinione. Stiamo parlando di 58 milioni di euro: meno del compenso annuale di Ronaldo, ad esempio. Perché simile insistenza, a fronte della necessità ribadita nelle audizioni davanti alle commissioni parlamentari competenti di immaginare una riforma del settore? Se non si inserisce il tema del Fondo dentro un quadro di maggiore organicità, i tagli hanno un sapore censorio. Del resto, pure la "minaccia" di abbassare i limiti di affollamento di spot in televisione –che sta suscitando timori ad Arcore- sembra un pezzo di una trattativa in seno al centrodestra, piuttosto che una vera ipotesi. Se si intende (e sarebbe augurabile) rivedere davvero i tetti, è indispensabile rimettere mano alla vecchia legge Gasparri, contenuta nel Testo unico sulla radiodiffusione del 2005. E allora qualcosa non torna. O si vuole una seria riforma, o si preferisce una linea di annunci provocatori. Il cui effetto, comunque, rischia di essere molto insidioso, vista la fragilità economica delle testate e data la prevalenza del lavoro precario. Meglio sarebbe, invece, ridiscutere con coraggio e senza conservatorismi o atteggiamenti corporativi i numerosi punti deboli della situazione: legame innaturale di diversi gruppi editoriali con società dipendenti da altri interessi dominanti; ridimensionamento della pubblicità della televisione generalista, che ha proporzioni innaturali figlie dell'antico accordo duopolistico; diminuzione delle vendite dei giornali; vorticoso calo occupazionale; assenza o debolezza di una strategia per l'età digitale.

Insomma, la normativa attuale ha bisogno di una revisione sostanziale, non di proclami rischiosi.

Bene, quindi, ha fatto Sergio Mattarella a mettere il dito in una delle piaghe aperte della vita democratica. Il Presidente ha dato prova nella sua vita politica e istituzionale di attenzione costante all'informazione. Nell'agosto del 1990, dopo l'approvazione della legge Mammi che legalizzava l'impero berlusconiano, si dimise dal governo per protesta. E non era, al tempo, così ovvio contrastare l'intesa che garantiva la Fininvest. Sempre Mattarella fu assai disponibile, nel ruolo di vice-presidente del consiglio nel 1999, a dare impulso all'iter parlamentare del disegno di legge n.1138, che toccava proprio il riassetto della Rai e la regolamentazione della pubblicità. Purtroppo, però, l'ostruzionismo della destra e le divisioni del centrosinistra bloccarono il tentativo riformatore.

Verrà ascoltato ora il Quirinale?

PER GENTILE CONCESSIONE

E' tornata alla ribalta la questione delle concessioni per la radiodiffusione e le telecomunicazioni, che in verità hanno da tempo un altro nome: diritti d'uso delle frequenze nel campo radiotelevisivo (dal 2012) in capo agli operatori di rete distinti ormai dai fornitori di contenuti; nonché autorizzazioni generali nelle telecomunicazioni già dalla fine degli anni novanta. Il tema delle frequenze ha cambiato pelle, oltre che regime giuridico. La parte che attiene alle tlc è largamente surdeterminata da Bruxelles. Quella radiodiffusiva ha alle spalle una storia terribile: inchieste della magistratura, rimpalli di responsabilità, stabile benevolenza verso Mediaset. Basti pensare all'anomalia di Retequattro, che avrebbe dovuto lasciare l'etere terrestre per usare altre piattaforme tecniche (satellite, cavo) ma storpiature normative e decreti *ad hoc* tutelarono lo *status quo* –tre reti a testa a Rai e Fininvest- sancito dalla legge n. 223 del 1990 (l.Mammi, appena graffiata dalla l.249 del 1997 e santificata nel digitale dal testo del 2004 dell'ex ministro Gasparri). Per converso, va ricordato il caso di Europa7, cui pure furono affidati due canali privi –però- di frequenze di riferimento. Il passaggio alla stagione digitale poteva essere l'occasione per un ripensamento complessivo. Al contrario, ancorché si moltiplicassero da quattro a otto volte le capacità trasmissive, la transizione fu quasi di uno a uno, di fatto regalando ai principali soggetti un patrimonio enorme, con ritorni economici assai ridotti. Anzi. Nei meandri delle norme degli ultimi anni il costo dell'uso delle frequenze è stato persino ribassato.

Ecco, il vicepremier Di Maio, il ministro Toninelli e il sottosegretario Giorgetti dovrebbero chiarire cosa intendono per l'evocata revisione delle concessioni, residuo dell'era analogica. E' urgente di contro riaggiornare i canoni di pagamento, elevandoli in proporzioni al valore del bene, ivi compreso l'afflusso di risorse pubblicitarie, e alla effettiva

copertura del territorio. Così come sarebbe opportuno che il governo si esprimesse sull'iniziativa di Ei Towers del gruppo Fininvest, volta a conquistare il campo delle torri di trasmissione.

La prossima puntata è la gara per le frequenze della nuova generazione della banda larga -5G- che permetterà connessioni mobili definitivamente competitive con la rete fissa. Per attribuire tali risorse le emittenti abbandoneranno la banda 700 Mhz entro il 30 giugno del 2022, diminuendo nettamente in quantità. Un bel pezzo verrà tolto anche alle tv nazionali che stanno silenziosamente resistendo. Il ministero dello sviluppo ha varato la *road map* della gara, i cui criteri furono stabiliti dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Già sette società hanno superato la pre-qualificazione ed entro la fine di settembre si espleterà -sembra- la competizione. Quanto entrerà nelle casse pubbliche, per essere magari reinvestito verso i soggetti deboli, non profit dell'informazione? L'etere è un bene comune, trattato invece come proprietà privata.

La via maestra è una sola: riprendere in mano le fila di una vera riforma (Rai compresa), partendo proprio dai principi fondativi della democrazia dei media: pluralismo, autonomia, indipendenza. L'età digitale ha bisogno di una strategia aperta e inclusiva, proprio l'opposto di quanto è avvenuto.

PS. Voci di dentro ipotizzano per la Rai che il "caso" Foa sarà risolto attribuendogli la direzione dell'importante testata regionale della Rai. Salvini così farebbe la faccia della vittima, ma darebbe una festa.

PIANO BAR

E' ben triste che le vicende radiotelevisive siano diventate un capitolo, tra i tanti, della trattativa politica tra Lega, Forza Italia, 5Stelle, Fratelli d'Italia. Certamente non è una novità. Come prima, però, e più di prima. Infatti, una certa dose di fariseismo e di faccia tosta portava gli interlocutori di stagioni precedenti a mantenere qualche bon ton istituzionale e a indossare i panni della formalità giuridica.

Ora, in questo strano e pericoloso tempo (soprattutto per gli effetti sociali, al di là di buone intenzioni esibite), il presidente "di garanzia" della Rai vale come una pedina nelle candidature alle prossime elezioni amministrative. Peccato che il servizio pubblico nel frattempo sia condannato a languire: sostanzialmente fuori dalla competizione per lo sport, e non avendo una rubrica di approfondimento pre-serale come La7 e Retequattro. Sono esempi. L'informazione, in attesa di capire chi avrà davvero le redini del comando, va avanti per inerzia. Per fortuna dell'azienda, la *fiction* regge.

Lasciamo stare i vecchi e irripetibili fasti del "partito" di viale Mazzini. Tuttavia, tra la conclamata *media company* e una brutta copia residuale, ci sarebbero interessanti vie di

mezzo, centrate sull'inclusione di nuove generazioni e sulla creatività dell'era digitale. Insomma, si metta fine alla danza macabra attorno al cavallo di Messina e ci sia un sussulto di dignità.

Nel novero dei punti del negoziato tornano in scena gli affollamenti pubblicitari in televisione. La pubblicità evoca antiche contese, ivi compreso un quesito referendario votato nel giugno del 1995, su cui il comitato promotore fu sconfitto: più dalle inerzie e dalle divergenze del centrosinistra, che dalla potenza delle destre. Si leggono tante cose sugli anni ruggenti del conflitto mediatico, i '90 del '900, ma quella scadenza è sempre rimossa. Se i referendum fossero passati, l'ascesa di Berlusconi sarebbe stata resistibilissima. Torniamo agli spot. Nelle emittenti commerciali nazionali i limiti sono: il 15% nell'intera giornata e il 18% nella singola ora con un'eccedenza del 2% da recuperare prima o dopo. E c'è la normativa sulle interruzioni dei film, figlia –almeno in parte- della grandissima campagna diretta da Fellini, Maselli, Pontecorvo, Scola condotta con pressoché tutto il cinema italiano. A occhio nudo si vedono varie infrazioni. Al di là di questo, è lecito un dubbio. Il governo dovrebbe spiegare perché non mette uno stop secco alla nuova direttiva europea sui “Servizi di Media Audiovisivi”, che sostanzialmente abolisce i tetti orari, sotto la pressione delle stazioni commerciali. Insomma, logica vorrebbe che si desse un alto là al testo di Bruxelles ormai in dirittura d'arrivo nel disinteresse dei più, e che si abrogasse la legge Gasparri ripresa dal Testo unico sulla radiodiffusione, n.177 del 2005. Ciò evoca una riforma vera, mentre le battute per negoziare si sono rivelate -con Berlusconi- un'arma spuntata. Azioni parlamentari, non diktat che fanno passare il *patron* di Arcore come una vittima.

Tra l'altro, i dati offerti dalla Nielsen segnalano che, tra il gennaio del 2018 e il corrispondente del 2017, la televisione cresce dell'1,4%, mentre i quotidiani scendono del 6% e i periodici dell'8,8%. Serve, quindi, una coraggiosa iniziativa di sistema, volta a riequilibrare le proporzioni tra i settori e la stessa dieta mediatica.

La carta stampata vive una crisi strutturale, che esige una visione strategica, togliendo di mezzo uscite estemporanee o afflati demagogici. E' urgente.

TE LO DO IO LENIN

Davide Casaleggio, nell'intervista a LaVerità, ha immaginato la tendenziale fine del parlamento. Polemiche politiche prevedibili. Ovviamente, via Twitter, tanto per dare ragione di fatto alla figura di riferimento del Mov5Stelle: Casaleggio associati e associazione Rousseau sono le fonti essenziali, infatti, del potere decisionale pentastellato. Le reazioni, del resto, sono giustificate. Il rapporto tra l'uno e la folla senza mediazioni se non il click della tastiera assomiglia, *mutatis mutandis*, a passate avventure tragiche, laddove la semplificazione istituzionale volge non a un di più di democrazia. Piuttosto ad un di meno, fino all'autoritarismo.

Ovviamente, qui stiamo parlando di un universo tecnologico dagli esiti imprevedibili e non della storia conosciuta nell'età analogica. Ben prima delle esternazioni di Casaleggio, la mediologia aveva previsto che la rete avrebbe messo in causa l'edificio della rappresentanza. Le analisi erano dettate in diversi casi da un goffo ottimismo digitale, ma in tanti altri da una saggia preoccupazione. Un conto è arricchire la struttura istituzionale attraverso una puntuale acquisizione della capillarità della rete come "terza camera", ampliamento creativo del sistema: intelligenza connettiva, scriveva Derrick de Kerckhove. Strumenti e opportunità tesi a migliorare le funzioni parlamentari, non già ad abolirle. Una pubblica amministrazione trasparente e *on line* permette alle assemblee elettive di liberarsi dal giogo burocratico per investire in procedimenti legislativi di qualità. Tra l'altro, l'informatizzazione del parlamento realizzata negli ultimi anni è importante.

Se, al contrario, si intende ridimensionare la rappresentanza surrogandola con consultazioni su una piattaforma proprietaria si cade nell'imbuto della cosiddetta post-democrazia. Da Colin Crouch (2003) a Pierre Rosanvallon (2012) numerosi autori hanno descritto i fenomeni in corso nell'occidente moltiplicati dalle culture liberiste, fondate sull'egoismo massificato e sulla competizione esasperata. La gestione da parte di pochi oligarchi come gli *Over The Top* del flusso dei saperi è una componente cruciale dell'involuzione in corso.

Non si scherza con la Costituzione della repubblica a base parlamentare. Ci provò Matteo Renzi rimettendoci le penne e ora è bene per il Mov5Stelle stare alla larga da simili tentazioni. Si rifletta, piuttosto, sulla disparità forte tra i votanti "fisici" e quelli che partecipano alle consultazioni in rete. Se mai, si pone il tema del ricorso alle modalità digitali per le raccolte di firme referendarie o per le proposte di legge di iniziativa popolare.

Tuttavia, al di là del dibattito suscitato da un'intervista, è bene chiarire tra chi ha ancora a cuore la sinistra che le parole di Casaleggio (prima di lui il padre e lo stesso Grillo) vanno lette in controluce. L'età berlusconiana fu appoggiata clamorosamente dalla televisione commerciale generalista, Mediaset in testa. Allora il fenomeno fu sottovalutato, non capito o pure colpevolmente agevolato. Ora, per carità, non si commetta lo stesso tragico errore con la rete. Quest'ultima è la dimensione comunicativa del millennio. Richiede regole giuste, ma soprattutto un approccio adeguato. Pubblica o privata la natura societaria di chi se ne occupa, la rete e gli algoritmi sono (siano) un bene pubblico. Qualcuno ha ricordato, a proposito della discussione, i soviet. Però, Grillo, "te lo do io Lenin". O no?

LA STAR DELLA PORTA ACCANTO

E' stato presentato a Roma, nella sede della biblioteca del senato, il 15° rapporto del Censis sullo stato della comunicazione, intitolato "I media digitali e la fine dello star system". Introduzione del direttore generale Massimiliano Valerii e discussione con Gian Paolo Tagliavia (Rai), Gina Nieri (Mediaset), Massimo Porfiri (Tv2000), Massimo Angelini

(Wind Tre), Fabrizio Paschina (Intesa Sanpaolo) e Francesco Rutelli (Anica). Le conclusioni, ovviamente, del presidente Giuseppe De Rita, sempre brillante nel disegnare sintesi brevi ma efficaci, ora “non siamo un popolo di lettori, bensì di navigatori”, dove ben si spiega il trionfo della rete e dei social. Bravo, anche se un po' peccato per i memorabili affreschi “concorrenti” di Bauman, dalla “società liquida” in poi.

Lo slogan dice molto e desta inquietudine: nel 2007 i quotidiani erano letti dal 67% degli italiani, percentuale ridotta nel 2018 al 37,4% (benché si registri un +1,6% nell'ultimo anno); i fruitori dei libri (uno almeno all'anno) sono scesi nello stesso periodo dal 59,4% al 42% e il calo per gli e per gli altri non è affatto compensato dall'online; mentre la spesa per smartphone nel decennio è aumentata del 221,6% per un valore di circa 6,2 miliardi di euro negli ultimi mesi, e gli utenti che usano i social sono arrivati al 72,5% (oltre il 90% tra gli under 30). Si è passati dal *digital al press divide*? Del resto, in tra i desideri privati risaltano proprio i cellulari e i tatuaggi. La sbornia internettista, vale a dire la navigazione nella superficie della rete che è il 3/5% del tutto, riguarda pure l'utilizzo dei nuovi strumenti nell'agire politico, se è vero che il 47% delle persone giudica utile il ricorso massivo a Facebook, a Twitter o a Instagram da parte di esponenti delle istituzioni. Ci sono quasi altrettanti elettori dubbiosi o contrari. Tuttavia, è indispensabile che ci si renda conto che le prossime campagne elettorali avranno la competizione qualitativa nei e sui social. Chissà che le autorità competenti non si sveglino.

Intendiamoci. Nelle diete mediatiche la televisione mantiene un primato, ancorché ormai relativo. La tv digitale terrestre e la sorella satellitare si attestano, rispettivamente, all'89,9% e al 41,2%, ma entrambe cedono il 2,3% del pubblico solo nell'ultimo anno. Continuano a crescere, invece, la diffusione televisiva via internet (30,1% della platea, +3,3%) e la *mobile tv* (l'1% nel 2007 al 25,9%, +3,8% nel periodo recente). Il *video on demand* è la vera novità, perché si colloca al confine, con un successo del 30% tra i giovani. Il palinsesto tradizionale, più che la televisione in sé, è in una vera parabola discendente, visto che il consumo si intreccia e si allarga con un rapporto personalizzato con le fonti emittenti. E' il contenuto, non il mezzo, a tornare centrale. Qui sta la vera rivoluzione digitale, che non riguarda solo le tecniche, bensì i modelli sociali e culturali. E la radio, ingiustamente considerata l'anello debole del sistema, è sempre all'avanguardia nei processi di ibridazione: meno radio classica, però spiccato utilizzo del Web.

Insomma, è il fenomeno generale della disintermediazione: era “biomediatica”, “reificazione” di se stessi (torna la Scuola di Francoforte?), reputazione “liquida” sono parole e concetti utili a descrivere il cambiamento.

Il Censis, però, vuole osare e stupire. Il titolo del rapporto evoca la fine dello star system. “Uno vale un divo”, si afferma. Ognuno vuole e forse può, stando ai *talent* e agli X-Factor, diventare famoso. Gli-*le influencer* (vedi Chiara Ferragni) soppiantano il vecchio immaginario? La star è nella porta accanto? Mah, Fanny Ardant rimane in un altro girone.

SENZA LIMITI

Lo scorso 2 ottobre il parlamento europeo ha approvato la direttiva sui “servizi media audiovisivi”(AVMSD). La normativa entrerà in vigore dopo la formale approvazione del consiglio dei ministri di Bruxelles. Gli stati avranno, poi, 21 mesi di tempo per recepire il testo nelle normative nazionali. Il tutto è avvenuto, almeno in Italia, nel silenzio generale. Purtroppo.

Peccato, però, che l’articolato contenga una vera e propria “bomba” sulla pubblicità. Le pur generose disposizioni contenute nel Testo Unico del 2005 (art.38, ex legge Gasparri) fissano nel 18% (con uno sfioramento del 2% nell’ora prima o in quella successiva) il limite orario di spot, mentre quello giornaliero è del 15% che sale al 20% laddove vi siano altre forme di *advertising* come le telepromozioni (sul punto si arrivò ad un conflitto asprissimo, vedi un “Costanzo show” dell’aprile 1993 reperibile su Youtube). L’unico tetto di qualche rigore, però, è il vincolo sull’ora di trasmissione, essendo il resto poco più che acqua fresca. E neppure si ha il sentore che le istituzioni preposte vigilino davvero su regole piuttosto blande.

Ecco, la nuova direttiva elimina il limite orario. Un regalone alla lobby efficacissima delle televisioni commerciali, Mediaset in testa. Dalle sei del mattino a mezzanotte la percentuale così spalmata è del 20%. Esempio. Tra le 19 e le 20, il periodo della competizione dura e pura che introduce la prima serata, Canale5 ha toccato di sovente il 30% di affollamento considerando le percentuali eccedenti consentite e le telepromozioni. In concreto, dunque, nei periodi di maggior ascolto diventa definitivamente lecito arrivare al 23/25%. Parliamo di circa 500 milioni di euro. Circa dieci volte

l’ammontare del fondo per il pluralismo, nel mirino dell’attuale maggioranza.

E dire che la scrittura finale è persino un po’ meno inquietante delle ipotesi iniziali della commissione e della prima lettura parlamentare che introducevano il 20% secco, anche grazie ad una (minoritaria) iniziativa di qualche deputato della sinistra. Tuttavia, il “dono” venuto da Strasburgo è un vero e proprio frutto avvelenato. Perché Mediaset in calo di ascolti ha bisogno come il pane di riprendere a vendere (e svendere?) spot: senza tetti e senza ritegno. Infatti, già oggi i film vengono interrotti in modo assurdo, dalle inserzioni nei titoli di testa e di coda all’invenzione della “prima” e “seconda parte” al di là dei tempi naturali. Ecco, il fenomeno aumenterà ulteriormente.

Che farà il governo italiano, tanto critico –e con qualche motivo- nei riguardi della direttiva sul *copyright*, ma finora silente sul pasticciaccio degli spot? Non solo. Il vice-premier Di Maio e il sottosegretario Crimi hanno annunciato iniziative volte a ridurre la pubblicità delle reti commerciali. E adesso, che arriva dall’Europa un treno di “consigli per gli acquisti”? Era solo tattica per convincere Berlusconi a cedere sul presidente della Rai, Foa?

E’ vero che la direttiva sui media contiene pure aspetti positivi, in particolare l’obbligo per le televisioni *on-demand* come Netflix di mettere in catalogo almeno il 30% di opere europee. E qualcosa sui minori. Tuttavia, il buco nero della pubblicità s-regolata illumina di nero l’intera proposta.

Chissà che, sull'onda di un testo rischioso per l'Italia delle concentrazioni, delle censure e degli attacchi alla libertà di informazione, non si propongano finalmente ipotesi coraggiose e alternative da parte delle opposizioni o di coloro –tra i “gialloverdi”- che non si vogliano piegare alle lobby commerciali così platealmente.