

Se non ora, quando? Tre sì per la democrazia nei mass-media

PAOLO GHEZZI

La *par condicio* è una supposta, il più antipatico dei medicinali: ci sono dei momenti in cui diventa necessario, ma io auspico rimedi omeopatici, ovvero una legge antitrust.

Parole di Michele Santoro, guru dell'informazione politica a Raitre, ammirato dagli avversari (compreso il post-fascista Storace) e corteggiato dai "moderato-progressisti" di casa Fininvest, come Costanzo, nella prospettiva (per ora utopistica, ma non si sa mai) del terzo polo.

La "supposta" *par condicio*, in effetti, ha sedato la febbre della contesa per le regionali del 23 aprile, consentendo alla competizione di svolgersi in termini un po' meno sbilanciati di quanto successe il 27 e 28 marzo 1994, con il diluvio incontrollato e irrefrenabile degli spot di Forza Italia dalle tre reti Fininvest.

Ma la *par condicio* - a parte la macchinosità della sua applicazione e l'involontaria comicità di certe sue mortificanti museruole ai programmi giornalistici - è davvero solo una "supposta", non una terapia risolutiva. Il problema di fondo, per l'appunto, è come curare la principale, strutturale patologia del sistema massmediale italiano: cioè la concentrazione di metà della televisione che "conta" - in termini di pubblico e fatturato pubblicitario - nelle mani di un solo soggetto privato.

Intervento chirurgico

Il fatto che tale soggetto sia anche - da un anno e mezzo - un leader politico e che il suo partito possa condizionare anche la televisione pubblica, è un ulteriore argomento per sottolineare l'urgenza di provvedere a una riforma, ma di per sé non cambia il dato di fondo: cioè la natura oligopolistica (e semi-

monopolistica sul versante privato) del sistema televisivo italiano.

Ebbene, i referendum che andremo a votare l'11 giugno - salvo improbabili miracoli legislativi - non sono una terapia risolutiva dell'anomalia televisiva nazionale ma sono, per restare nella metafora medica di Santoro - un intervento chirurgico. Sia perché, per loro natura, i referendum sono strumenti abrogativi e non propositivi: cancellano, tolgono, cassano. Sia perché la patologia oligopolistica viene affrontata proprio con il bisturi di tre quesiti referendari sulla famosa legge Mammi: taglio di due reti nazionali al soggetto privato (non potrà controllarne più di una), taglio delle reti eccedenti le due alla concessionaria di pubblicità. Si tagliano anche gli spot dentro i film, ma questa è piccola chirurgia ambulatoriale, importante esteticamente e culturalmente, terapia di rispetto per l'arte cinematografica ma meno incisiva in termini strutturali: gli spot si possono accumulare all'inizio e alle fine, nonché tra i due tempi del film.

Se questi sono i referendum anti-oligopolistici sostenuti dai progressisti, c'è un quarto referendum proposto invece dai riformatori pannelliani, che punta invece alla privatizzazione della Rai.

Intorno ai referendum si è sviluppato - e continua - un dibattito che inevitabilmente si carica di contenuti squisitamente politici e di risvolti limpidamente partitici. Per Forza Italia e i suoi alleati, si tratta di un'iniziativa palesemente anti-Berlusconi, e dunque una battaglia da vincere non sui contenuti delle proposte referendarie, ma facendo quadrato intorno alla Fininvest. L'ex lottacontinuista ed ex direttore del "Sabato" Paolo Liguori ha sintetizzato: "Quando viene bastonata la Fininvest, la sinistra è dalla parte del bastone".

In realtà, le posizioni a sinistra sono più articolate di quel che si pensi. Contrariamente a Cristiano-sociali e a Rifondazione, per esempio, D'Alema si è detto orientato per il "sì" al referendum sulla privatizzazione della Rai, purché sia "privatizzata" parallelamente (cioè deberlusconizzata) anche la Fininvest. Una posizione, la pidiessina sulla Rai, assai discutibile, perché il servizio pubblico televisivo a controllo parlamentare sembra una componente insostituibile della democrazia contemporanea, come insegnano le esperienze inglesi, tedesca e francese.

La democrazia contro un potere cresciuto nell'anarchia

Tornando ai primi tre referendum, e in particolare ai due riguardanti il limite alla proprietà di emittenti nazionali (una rete per ogni soggetto) e alla raccolta di pubblicità sulle reti nazionali (non più di due per ogni concessionaria) è chiaro che un "sì" all'abrogazione delle rispettive, più "larghe", norme della legge Mammi, diventa inevitabilmente anche un "no" al Berlusconi politico-imprenditore, ma non andrebbero mai dimenticati i termini reali (economici,

strutturali) della questione, su cui siamo chiamati a decidere.

La legge Mammi prevede 12 concessioni a livello nazionale, ma la sproporzione di forze tra il triplice impero Fininvest - che la legge Mammi ha "fotografato" e salvaguardato - e gli altri circuiti (con la parziale eccezione di TeleMontecarlo) - è talmente clamorosa da non ammettere dubbi sulla natura sostanzialmente monopolistica dell'etere privato.

La Fininvest ha più *audience* e Publitalia (concessionaria para-Fininvest) ha più pubblicità perché Berlusconi è stato un ottimo imprenditore, replica l'*intelligenza* forzista. Lungi da noi voler negare l'abilità del Berlusconi imprenditore dell'etere e venditore etereo di tutti i prodotti possibili immaginabili (ivi compreso quello politico), ma questo riconoscimento non sposta i termini della questione.

La democrazia è mediazione tra i conflitti ed equilibrio dei poteri. Se troppo potere è concentrato in un solo luogo (sia pure "etereo"), qualcosa non funziona, e la democrazia ha il diritto-dovere di cercare strumenti di riequilibrio ed aggiustamento.

Ora, può anche darsi che il limite di una sola rete sia eccessivamente ristrettivo per un forte polo privato (in questo caso, la signora Fininvest): non a caso Walter Veltroni direttore dell'Unità e viceProdi sull'ulivo, e Fedele Confalonieri successore del Cavaliere alla guida delle sue tv, hanno cinguettato in inedita armonia sulle colonne di "Repubblica", ipotizzando una sorta di disarmo bilaterale parziale controllato. Cioè: la Fininvest rinuncia a una rete, e così anche la Rai. Due per uno e non ci pensiamo più.

Ma il referendum abrogativo, che vale come segnale e indicazione di tendenza, non si presta a simili "distinguo": e se di chirurgia si tratta, come effettivamente si tratta, dire "sì" al taglio significa lanciare un segnale contro un monopolio che condiziona le scelte politiche (oltre ai gusti e ai consumi degli italiani). Viceversa, il formidabile "no" chiesto da Berlusconi e dai suoi alleati, sarebbe la definitiva sconfitta di chi pensa che la libera e privata intrapresa debba avere dei limiti e dei controlli democratici.

Sul piano storico e retrospettivo, d'altra parte, non si può ignorare che lo strapotere mediale di Berlusconi è stato costruito in anni di anarchia legislativa dell'etere e sotto l'influenza politica del Caf (Craxi Andreotti Forlani) che hanno dato una licenza di crescere e moltiplicarsi ai bravissimi *tv-men* del Cavaliere.

Insomma, il "sì" - pur essendo un parziale intervento chirurgico - apre la strada a una riforma in senso anti-oligopolistico, e alla famosa legge *anti-trust* da troppo tempo invocata e necessaria - come in ogni democrazia avanzata - non solo nel settore delle telecomunicazioni, ma in modo speciale proprio in questo settore.

A maggior ragione se la privatizzazione della Stet (e quindi della Telecom e di ciò che ne consegue) e le nuove prospettive aperte dalle tecnologie (tv via

cavo, tv satellitari, canali tematici, interazioni computer-telefono, servizi telematici e informatici a domicilio col personal computer) spalancano territori immensi di mercato e di intrapresa.

Come non ribadire la necessità di una regia pubblica su tutti questi processi? E questo non per mortificare la libera privata intrapresa ma per evitare che, già in partenza, la corsa ai nuovi strumenti e ai nuovi mercati sia truccata? Perché se Berlusconi (o comunque si chiamasse il trust in posizione dominante) parte con tre chilometri di vantaggio, è difficile che i suoi concorrenti recuperino il ritardo: anzi, ne accumuleranno di più.

In cerca di ossigeno

I soliti strali progressisti infarciti di pregiudizi lividamente antiberlusconiani, dirà qualcuno.

Per respingere al mittente queste critiche, basta ricordare lo *status quo* del sistema informativo in Italia.

Le tre reti Fininvest assorbono circa il 45% dell'*audience* complessiva italiana. Se si considera poi che le stesse reti Rai (con l'eccezione di Raitre) sono state sostanzialmente normalizzate dal polo delle libertà, si può misurare l'influenza poderosa dei mass media filoberlusconiani su decine di milioni di italiani. La concessionaria pubblica (Sipra) e quella privata (Publitalia) controllano l'89% della pubblicità televisiva. Si è calcolato che il divieto - per le concessionarie - di "coprire" più di due reti, libererebbe qualcosa come 800 miliardi di lire annue di pubblicità, ossigeno vero e proprio per le emittenti locali e per le catene minori, oggi stritolate nell'oligopolio.

Senza contare che le "sinergie" tra editoria stampata ed editoria televisiva innescano un circolo virtuoso (per la Fininvest) e vizioso (per tutti gli altri) che crea un effetto volano per la pubblicità e per la diffusione (ricordiamo che a Berlusconi, oltre il "Giornale" ex Montanelli, ora di Feltri, fa capo la Mondadori che è leader nel settore dei periodici ("Panorama" in testa) e - insieme ad Elemond e a numerose altre case editrici - in quello librario).

Per questo motivo, tre "sì" ai tre referendum proposti sulla legge Mammì, al di là del significato politico, sono tre sì ad un sistema della televisione (specchio e seduttrice della pubblica opinione), e conseguentemente a un sistema democratico in cui nessuno - orwellianamente - sia "più uguale degli altri" nella fattoria dei mass media. ■