

Per un pluralismo dell'informazione non bastano il mercato e l'audience

di Michele Polo

Caro Direttore, la discussione avviatasi a partire dal progetto sulle intercettazioni in discussione al Parlamento ha portato ancora una volta alla ribalta il tema dell'informazione e del diritto di cronaca. E ci invita ad una riflessione più ampia sullo stato di salute del mondo dell'informazione e dei media nel nostro Paese, guardando a due dimensioni tra loro complementari.

Quale offerta di informazione è oggi veicolata nei mercati dei media, e in particolare nei due principali strumenti della televisione e dei giornali? E quali caratteristiche assume la proprietà dei grandi strumenti di informazione, nella dialettica tra autonomia dei giornalisti e protagonismo degli editori? Partiamo quindi dai mercati, e dal mercato televisivo in primo luogo, che rappresenta di gran lunga lo strumento più importante nella formazione delle opinioni del cittadino elettore. La concentrazione in questo segmento appare tuttora elevatissima, con i primi due gruppi, Rai e Mediaset, che raccolgono in media circa 8 telespettatori su dieci. E che, all'ora di cena, informano con i due principali telegiornali circa 12 milioni di cittadini. La concentrazione nel segmento televisivo non è un male solo italiano, e si ritrova con numeri leggermente più bassi nei principali Paesi europei, come risultato di forze economiche che tendono a mantenere significative posizioni dominanti. Queste dinamiche economiche pongono quindi un problema, non solamente italiano, circa la capacità insufficiente delle forze di mercato a garantire una offerta pluralista di informazioni.

Il dato italiano, che trasforma una preoccupante tendenza generale in una emergenza per il pluralismo, riguarda prima di tutto la prevalenza di gruppi multicanale (Rai e Mediaset), che concentra la televisione che conta in un numero ancora minore di mani, possibilità da molti anni fortemente limitata in Paesi come Francia, Inghilterra o Spagna. A questa prima anomalia si somma il problema della proprietà e della governance dei gruppi televisivi, quello pubblico con una presenza pervasiva della politica e quello privato gravato dal conflitto di interesse.

Il risultato, molto spesso, un drammatico «cappotto» informativo ai danni dei telespettatori e del pluralismo.

Cosa attenderci nei prossimi anni, con l'ormai avvenuto consolidamento di un terzo concorrente di peso come Sky e le possibilità offerte dal digitale terrestre? Sicuramente un lento bilanciamento delle posizioni rispetto al quadro di qualche anno fa. Ma un processo lento e parziale per due ordini di motivi. Le televisioni a pagamento, di cui Sky è in Italia l'attore principale, vedono il loro punto di forza nei ricavi da abbonamento, ma non hanno bisogno, come chi si finanzia mediante pubblicità, di assicurarsi un numero elevato e costante di telespettatori.

Oggi Sky ha un fatturato comparabile a Rai e Mediaset ma non raggiunge il 10% della audience. Le preoccupazioni per una eccessiva concentrazione degli ascolti sono quindi solo parzialmente mitigate dall'emergere di forti operatori tv a pagamento.

Inoltre, i nuovi canali tematici che si sviluppano con le piattaforme del satellite e del digitale terrestre tendono a frammentare il pubblico moltiplicando i contenuti di intrattenimento, ma

incidono debolmente sull'offerta di quei programmi di informazione e approfondimento che più colleghiamo alla formazione dell'opinione pubblica.

La necessità di incisive politiche di deconcentrazione si pone quindi all'ordine del giorno per chi prenda seriamente il problema del pluralismo.

E che dire del mondo dei giornali, l'altro protagonista dell'informazione, colpito severamente in questi ultimi due anni dalla caduta degli investimenti pubblicitari e da una parziale contrazione delle vendite? Un mondo apparentemente più frammentato, con decine di testate e quote di mercato contenute.

Ma un mondo che, ad una visione più attenta, si presenta come stratificato, con un limitato gruppo di giornali a circolazione nazionale, e poi testate a circolazione regionale, seguite da molti quotidiani locali. Un mondo a macchia di leopardo dove nessuno prevale a livello nazionale, ma dove a Torino il 70% dei lettori compra La Stampa e a Trieste una percentuale simile si informa leggendo Il Piccolo, analogamente a quanto fanno i cagliaritani con L'Unione Sarda. Gli italiani in prevalenza leggono poco, un dato che ci allontana dagli altri Paesi dell'Europa centro settentrionale, e cercano sui giornali la cronaca del cortile di casa. Non sorprende quindi che, in ciascuno di questi limitati mercati locali poche testate possano sopravvivere, generando in molte aree del Paese una collezione di piccoli monopoli locali.

Anche per i giornali la nostra disamina deve considerare i rapporti tra proprietà e gestione. Che non vanno letti in termini semplicistici e meccanici, immaginando un quotidiano come cinghia di trasmissione degli interessi, quasi sempre esterni al perimetro dei media, dei suoi editori.

Ma un rapporto comunque problematico, quando la proprietà esprima interessi economici diffusi, radicati in molti settori- dove le politiche pubbliche sono di grande importanza, e dove gli ambiti dello scambio politico con il governo, di qualunque colore, rappresentano una pericolosa «terra di mezzo». Oggi in Italia, come in molti altri Paesi, non abbiamo editori puri, e i conflitti di interessi tra proprietà e gestione appaiono un problema non solo italiano. Questo vale per il giornale che ospita questo articolo, ma anche per altri che l'avrebbero potuto accogliere. È un problema che pone una sfida quotidiana per chi fa il giornalista ma che richiede anche interventi, regolazioni che sappiano creare muraglie cinesi tra proprietà e gestione dei giornali e che pongano eventualmente limiti alla partecipazione alla proprietà di gruppi editoriali per chi opera in settori particolarmente sensibili.