

15 dicembre 2008 0:00

L'informazione non puo' fare il cane da guardia della politica, perche' i principali editori italiani sono i partiti e Berlusconi. E allora?

di [Domenico Murrone](#)

Ha destato molte polemiche l'aumento dell'Iva sulla tv a pagamento che colpira' in primo luogo la televisione satellitare Sky, portata dal Governo dal 10 al 20%. Un'operazione imposta dall'Europa, dicono da Palazzo Chigi. Una coltellata di Berlusconi ad un concorrente, dicono i critici.

La variazione di un'imposta rientra nelle prerogative dei governi. In questo caso, fra l'altro era l'Unione europea a imporre l'armonizzazione delle aliquote che gravano su servizi analoghi: 20% per il pay per view (acquisto di singoli programmi, come quelli offerti da Mediaset premium e LA7), 10% per la pay tv (abbonamento, tipo quelli di Sky). Il Governo poteva 'armonizzare' tutto al 10 o al 20%. Qualunque decisione avesse preso, le polemiche non sarebbero mancate. Infatti, portando tutte le aliquote al 10%, Mediaset (di proprieta' del premier) ne avrebbe avuto un vantaggio; portando tutto al 20%, l'accusa e' stata quella di aver colpito un concorrente.

Le giustificazioni del Governo: verita' non assolute

Polemiche su polemiche, su una questione tutto sommato marginale (Sky aveva di recente aumentato le proprie tariffe di suo senza preoccuparsi troppo delle reazioni dei suoi clienti). Come pure molto opinabili sono le giustificazioni dell'esecutivo.

Il Governo dice: l'aliquota agevolata al 10% non e' piu' giustificata, in quanto il settore della tv satellitare e' ormai ben avviato e non necessita di incentivi. Vero, peccato che ancora sopravviva la tassa di concessione governativa sugli abbonamenti per cellulari, prima giustificata perche' l'aver un telefonino era considerato un lusso. Non e' stata abolita, seppur ci siano in Italia piu' telefonini di quanti abitanti vivano nella Penisola.

Il Governo dice: ce l'ha imposto l'Europa. Vero. Peccato che in diverse occasioni non ci sia tanto zelo. L'Ue da anni impone a Rete 4 di 'andare' sul satellite, visto che sue frequenze dovevano essere cedute a Europa 7. Emilio Fede e' sempre li'.

Veniamo alla ciccia: pubblicita'

Nei primi nove mesi del 2008 gli investimenti pubblicitari totali in Italia sono stati 6,2 miliardi di euro. Di questi 3,36 miliardi sono andati nelle casse delle televisioni, il 54%. Alla stampa (quotidiani e periodici) sono andati poco piu' di 2 miliardi (il 33%). Nel 2008 la tv ha aumentato gli introiti dell'1,4%, mentre per la stampa sono calati del 4,5%. Il resto, le briciole, se lo spartiscono radio, Internet, affissioni.

Rai e Mediaset: il 91% di pubblicita'

Quasi i due terzi degli investimenti pubblicitari in televisione (il 62,5%) se li accaparra Publitalia, l'agenzia di Mediaset, segue la Sipra (Rai) con il 28,5% (da aggiungere ai soldi del cosiddetto canone). Il totale fa 91%. In totale, nel 2007 i ricavi consolidati Rai sono risultati poi pari a 3,23 miliardi di euro. Mediaset ha introitato 3 miliardi di euro.

La carta stampata

In Italia la carta stampata e' poco letta. I quotidiani vendono circa 7 milioni di copie al giorno. La responsabilita' e' senza dubbio anche degli editori che non riescono a inculcare negli italiani l'abitudine di comprare un giornale. Ma e' evidente che se meta' degli investimenti pubblicitari (il 91% del 54%) vanno a finire nelle tasche di due soli soggetti, e' difficile modificare una situazione che vede la tv come il mezzo piu' utilizzato dagli italiani per informarsi. Parliamo del duopolio Rai-Mediaset, che raccoglie in media l'80% degli spettatori quotidiani. E' vero che Sky cresce, cosi' come aumenta il numero di chi attinge notizie dalla Rete, ma cio' non cambia la sostanza: i due principali organi di informazione italiani raggranellano quasi meta' delle risorse pubblicitarie totali, in piu' alla Rai finiscono i soldi incamerati tramite l'imposta definita impropriamente canone d'abbonamento.

Risorse economiche e informazione

E' su quest'equilibrio che si mantiene l'informazione in Italia. Mediaset incamera il possibile di investimenti pubblicitari, e grazie alla legge Gasparri ha pressoché campo libero. La Rai, in mano ai partiti, continua a permettersi qualita' pessima dei programmi e inefficienze, che vengono coperte dagli aumenti del canone. Il sistema si regge, Mediaset legittima la Rai e viceversa.

Gli editori principali sono i partiti politici e Berlusconi

E la situazione si va ad incancrenire. In altri Paesi e' la televisione che fa il cane da guardia della politica. In Italia, purtroppo, oltre al premier editore, c'e' una commissione parlamentare che controlla la Rai. E' un controsenso che, con la vicenda della nomina di Riccardo Villari a presidente della Commissione di vigilanza, ha assunto toni da farsa.

I risultati si vedono e sono certificati dal rapporto annuale del Censis. Per l'82,6% degli spagnoli e l'82% degli italiani i Tg messi in onda dai canali televisivi generalisti sono troppo legati al potere politico, mentre in Francia il valore scende al 69,9%, per diminuire ancora al 49,5% in Gran Bretagna e al 40,1% in Germania. Solo il 30,7% degli spettatori italiani ritiene che i Tg siano effettivamente rispettosi del pluralismo, in Spagna il 44,5%, in Francia il 55,3%, in Gran Bretagna il 61,2% e in Germania il 64,2%.

E allora?

L'abolizione del canone Rai e' un tema popolarissimo tra gli italiani, che, salvo eccezioni nelle tv locali, non figura nei palinsesti, non esiste neppure sui giornali. La battaglia contro il canone Rai, non e' solo contro una tassa percepita come ingiustificata, ma e' per la liberta' dell'informazione. Senza canone e con la privatizzazione della Rai si aprirebero nuovi scenari nel panorama informativo e non e' escluso una volta tanto il nuovo sia meglio del vecchio: **che' e' vero che in Italia tutto cambia perche' tutto resti immutato, ma esistono le eccezioni.**