



Commissione Europea - Rappresentanza in Italia

## CONFERENZA INFOCIVICA

### E' POSSIBILE COSTRUIRE UNA TELEVISIONE PUBBLICA EUROPEA?

Problemi e prospettive aperte dal Trattato di Lisbona



2009 - 61.ma edizione

RAI SALA MUSEO DELLA RADIO E DELLA TV

Via Verdi 16 TORINO

Torino, 24 settembre 2009 - 09:30-13.30

Moderatore - **Giampiero Gramaglia**, Agenzia Nazionale Stampa Associata - ANSA

#### Presentazione

- Giovanna Milella Segretario Generale del Prix Italia

#### Saluti

- ✦ Matteo Fornara, Commissione Europea- Rappresentanza in Italia, Ufficio di Milano
- ✦ Gerardo Mombelli, Vicepresidente Infocivica
- ✦ Alessandra Paradisi, segretario generale CoPeaM

#### Relazioni

- ✦ Giuseppe Richeri, Docente di "Strategie dei Media" e Decano della Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università della Svizzera Italiana a Lugano
- ✦ Uwe Hasebrink, Presidente Consiglio Direttivo Hans-Bredow-Institut fuer Medien Forschung presso l'Università di Amburgo
- ✦ Pierre Musso, Professore ordinario di Scienze della Comunicazione presso l'Università di Rennes
- ✦ Enrique Bustamante Ramirez, Professore ordinario di Comunicazione audiovisiva e pubblicità presso l'Università Complutense di Madrid, già Membro Consiglio per la riforma dei mezzi di comunicazione di titolarità statale in Spagna
- ✦ Francisco Rui Cádima, Coordinatore Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Università Nuova di Lisbona
- ✦ Beata Klimkiewicz, Professore associato presso l'Istituto di Giornalismo e Comunicazione Sociale della Università Jagellonica di Cracovia
- ✦ Philip Schlesinger, Professore in "Cultural Policy" e Direttore Accademico presso il Centre for Cultural Policy Research dell'Università di Glasgow, Presidente dell'"Advisory

#### Dibattito

Introduce Enrico Menduni, Docente di Culture e Formati della Televisione e della Radio Università di Roma Tre

- Paolo Conti, Corriere della sera
- Enrico Grazzini, analista economia delle comunicazioni
- Quentin Dickinson, Direttore Redazione Europea Radio France
- Andrea Melodia LUMSA Roma

#### Repliche dei relatori

#### Conclusioni

In collaborazione con il Centro di Produzione TV Rai di Torino  
la Conferenza verrà trasmessa da GR Parlamento e da Rainet in diretta videostreaming  
sul sito del Prix Italia e su quello dell'Associazione Infocivica  
*Ringraziamo tutti vivamente*

# **E' POSSIBILE COSTRUIRE UNA TELEVISIONE PUBBLICA EUROPEA?**

## **Problemi e prospettive aperte dal Trattato di Lisbona**

### **UN RIFLESSIONE PACATA SU UN NODO CRUCIALE PER IL FUTURO DELLA DEMOCRAZIA**

Torino, 24 settembre 2009 - 09:30- 13.30  
PRIX ITALIA - RAI SALA MUSEO DELLA RADIO E DELLA TV (Via Verdi 16, Torino)

In occasione della 61a edizione del *Prix Italia INFOCIVICA*, in collaborazione con la Rappresentanza in Italia della Commissione Europea, promuove la tavola rotonda **E' POSSIBILE COSTRUIRE UNA TELEVISIONE PUBBLICA EUROPEA? PROBLEMI E PROSPETTIVE APERTE DAL TRATTATO DI LISBONA**: relatori di prestigio internazionale si confronteranno cioè al medesimo tavolo affrontando in profondità alcuni dei temi più significativi nel panorama della comunicazione dei nostri giorni.

In un momento tanto farraginoso per quanto riguarda la discussione sui temi del giornalismo radio-televisivo in Italia, è forte l'esigenza di una riflessione seria ed approfondita. Non a caso, il Prix Italia ha voluto affidare la cura *scientifica* di questo momento di studio così delicato ad un'Associazione che da anni riflette sulla missione del servizio pubblico nella società civile. Per offrire ad un tema tanto controverso i crismi della profondità e dell'autorevolezza.

Fra i temi ai cui risponderanno i relatori, ricordiamo:

- ✚ ha senso oppure no parlare di un servizio pubblico a dimensione europea?
- ✚ che cosa implicherebbe per gli attuali servizi pubblici nazionali - sotto il profilo tecnologico, dell'offerta, delle risorse e delle regole di governance - realizzare un tale servizio pubblico europeo e che cosa implicherebbe invece rinunciare a farlo?
- ✚ a fronte delle joint-venture che vedono la luce fra gestori e operatori privati nelle comunicazioni elettroniche a distanza, che significato strategico rivestirebbe un'alleanza fra i grandi broadcaster pubblici del vecchio continente?
- ✚ nel nuovo scenario delle comunicazioni globali è opportuno mantenere quel carattere di sistema misto pubblico-privato che ha caratterizzato storicamente sul

piano nazionale il vecchio Continente contraddistinguendolo dal modello americano?

Moderati da [Giampiero Gramaglia](#) (Ansa) e alla presenza del Presidente di Infocivica Bino Olivi (già portavoce della Commissione Europea) e del Segretario Generale del Prix Italia Giovanna Milella, verranno presentate sette relazioni, rispettivamente di:

- + Giuseppe Richeri, Docente di "Strategie dei Media" e Decano Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università della Svizzera Italiana a Lugano (sintesi intervento "Quale TV pubblica per quale società?")
- + Uwe Hasebrink, Presidente Consiglio Direttivo Hans-Bredow-Institut fuer Medien Forschung presso l'Università di Amburgo
- + Pierre Musso, Professore ordinario di Scienze della Comunicazione presso l'Università di Rennes (sintesi per ora solo in francese)
- + Enrique Bustamante Ramirez, Professore ordinario di Comunicazione audiovisiva e pubblicità presso l'Università Complutense di Madrid, Membro Consiglio per la riforma dei mezzi di comunicazione di titolarità statale in Spagna (sintesi "Di fronte alle sfide dell'epoca digitale. Nuove minacce per il servizio pubblico europeo")
- + Francisco Rui Cádima, Coordinatore Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Università Nuova di Lisbona (sintesi intervento "La legittimazione dei media di servizio pubblico nell'era digitale")
- + Beata Klimkiewicz, Docente presso L'Istituto di Giornalismo e Comunicazione Sociale della Università Jagellonica di Cracovia (sintesi per ora solo in inglese)
- + Philip Schlesinger, Presidente dell'"Advisory Committee for Scotland" - OFCOM Scozia e Professore in "Cultural Policy" e Direttore Accademico presso il Centre for Cultural Policy Research dell'Università di Glasgow (sintesi Servizio Pubblico: un terreno di manovra molto complesso")

Introdotti da [Enrico Menduni](#) (Docente di Culture e Formati della Televisione e della Radio presso l'Università di Roma Tre), interverranno nel dibattito: Paolo Conti (giornalista del Corriere della Sera), Enrico Grazzini (analista in materia di Economia delle Comunicazioni), Giacomo Mazzone (Responsabile Audit strategico UER) e Andrea Melodia (docente all'Università Lumsa di Roma).

Responsabile Relazioni esterne e rapporti con la stampa  
Lorenza Somogyi Bianchi, cell, 333.4915100  
tel. e fax 06. 8183579, e- mail: ufficiostampa@alfaprom.com

## COME COSTRUIRE UN SERVIZIO PUBBLICO EUROPEO?

di Bruno Maria Somalvico - segretario associazione Infocivica

*La notizia dell'imminente varo del capitolato di gara per il canale televisivo dell'Unione Europea e la sua probabile attribuzione al Consorzio promosso dai servizi pubblici dell'UER, conferma la necessità - sottolineata sin dalla sua costituzione dalla nostra Associazione - che vengano garantite forti sinergie fra i canali parlamentari, le istituzioni nazionali e questo nuovo canale. Quanto avviene nel mercato delle telecomunicazioni - in un momento delicato di passaggio come questo verso la costruzione di reti di nuova generazione NGN - rende a nostro parere necessario un deciso salto di qualità nella cooperazione fra i servizi pubblici radiotelevisivi, pena la loro emarginazione dai grandi processi di transizione verso la società dell'informazione e verso la costruzione di quella che è stata definita dalla Royal Charter BBC come una "nuova cittadinanza digitale". L'accordo fra alcuni operatori di telecomunicazioni che potrebbe promuovere una super-rete europea a larga banda, ci convince della necessità per Infocivica, al contempo di sapere "volare alto" e di tener conto con realismo della situazione esistente con la consapevolezza che senza volontà politica non si costruisce l'Europa politica né tantomeno un servizio pubblico europeo. Fatta questa premessa, il compito di Associazioni come la nostra crediamo sia quello di avere il coraggio di smuovere le acque e di non procedere con il braccio corto, o, peggio ancora, piegato all'indietro in nome della Realpolitik. Altrimenti Infocivica svolgerebbe una funzione di mera supplenza, simile a quella degli sherpa che nei summit europei cerchano l'ennesimo compromesso al ribasso.*

## LE MOTIVAZIONI DELLA CONFERENZA

Oggi la comunicazione investe direttamente l'esistenza stessa delle istituzioni e la legittimità democratica della loro funzione in una società sempre più esposta alle spinte della globalizzazione e agli effetti di ritorno che essa produce nelle diverse e variegate realtà territoriali socio economiche, linguistiche e culturali che caratterizzano la nuova Europa.

I media sono, cioè, ormai parte integrante della nuova Polis.

Il concetto di servizio pubblico si deve pertanto adeguare alla nuova statualità e dimensione "locale e globale" venutasi a creare con la devolution e la crisi della centralità assoluta dei vecchi Stati nazionali. Nel *Trattato di Lisbona* - la cui approvazione è attesa per la fine dell'anno (referendum irlandese permettendo) - è inserito un protocollo ad hoc che riconosce l'importanza nell'Unione dei "servizi d'interesse generale", in altri termini dei servizi pubblici, ivi incluso, naturalmente anche se non espressamente menzionato, quello radiotelevisivo. Da quel giorno la strada sarà finalmente aperta per la nascita del/dei media di servizio pubblico europeo. E ciò senza dimenticare che il rilancio del processo di costruzione europea può anche ripartire dalle "cooperazioni rafforzate" previste dal Trattato di Nizza. Facciamo di quelle fra i broadcaster pubblici europei, e della loro cooperazione per dar vita ad un servizio pubblico europeo, un grande asset strategico per la creazione di valore pubblico per l'Europa nella nascente società dell'informazione, e per evitare che gli uni e gli altri organismi nazionali si riducano a soggetti se non marginali comunque destinati ad un lento, inesorabile declino.

L'obiettivo di questa conferenza è quello di analizzare le tendenze nel futuro non immediato, verificando se, per i servizi pubblici, in questo momento di crisi che duramente li colpisce, non sia necessario andare in controtendenza, ovvero si renda plausibile l'ipotesi di promuovere investimenti strategici a redditività differita, con ricadute solo nel medio lungo termine, e di avviare un New Deal dei servizi pubblici o qualcosa di simile ad un Piano Europeo della Comunicazione, che consenta davvero di adeguare la loro offerta al nuovo scenario del mercato delle comunicazioni in Europa. Questo, con la consapevolezza peraltro, che i pubcaster potranno fare passi avanti significativi in questa direzione se ripartirà contemporaneamente il processo di Unità Politica dell'Europa avviato nel 1985 con l'approvazione a Milano del Progetto di Trattato dell'Unione Europea, da cui nacque l'anno successivo il consorzio pubblico Europa Tv. Naturalmente, un sistema europeo misto della comunicazione deve essere realizzato secondo modalità diverse da quelle adottate per la CECA negli anni Cinquanta, per il Mercato Comune Europeo due decenni dopo, o, più recentemente per il Trattato di Maastricht. Al contrario, dovrà essere progettato in modo da assicurare un rapporto diretto con i cittadini, anche attraverso le reti a banda larga di nuova generazione.

## **BREVI CENNI STORICI**

Nel 1983-84 quando la Commissione Europea pubblicò il Libro Verde sulla televisione in Europa, si escluse d'emblée l'idea di dar vita ad un ente radiotelevisivo pubblico europeo. L'ipotesi tramontò definitivamente quando - dopo le promettenti sperimentazioni di cooperazione europea avviate nel 1983 da alcuni pubcaster europei fra cui l'olandese NOS e la Rai con il progetto Eurikon - cessarono definitivamente i programmi di Europa TV, il canale televisivo paneuropeo multilingue promosso nel settembre 1986 ad Hilversum. Il tramonto dei primi progetti di tv paneuropea non impedì cinque anni dopo la stesura del Libro Verde della Commissione Europea, di approvare la prima Direttiva sulla Televisione senza frontiere che disciplinerà la fine della televisione regolamentata esclusivamente in ambito nazionale. In quel contesto, mentre cadeva il Muro di Berlino, alcune personalità come Massimo Fichera non si scoraggiarono di fronte a questi primi fallimenti, e, riprendendo in mano il progetto Olympus dell'Agenzia Spaziale Europea e riallocando la destinazione del trasponder del satellite a diffusione diretta a copertura paneuropea, promossero nel 1990 un secondo tentativo destinato a non migliore sorte, il canale RaiSat, che durante i campionati mondiali di calcio sperimentò per la prima volta le trasmissioni televisive ad alta definizione in tecnologia digitale, mentre in seno all'UER proseguivano la propria battaglia per superare la dimensione nazionale preparando il progetto Euronews.

Rai Sat fallì probabilmente perché troppo precursore nei tempi (in Francia qualcuno la definì ironicamente la nuova Radio Londra). Ma, grazie all'impegno testardo di Fichera e alle alleanze che riuscì a costruirsi in seno all'UER, la nuova Europa del Mercato Unico europeo dispose dal 1993 di uno strumento di comunicazione - sia pure di nicchia - come Euronews, di cui molte Cassandre prevedevano la scomparsa. Contemporaneamente nel settore della fiction venne avviato un altro consorzio, l'European Coproduction Association con il determinante concorso di Channel Four.

I risultati furono poco incoraggianti ma i singoli broadcaster europei (in grave ritardo rispetto al Regno Unito che grazie a Michael Grade favorì la nascita delle case di

produzione indipendenti, le cosiddette Indies) presero coscienza dell'importanza dell'industria della fiction, considerandola un fattore critico di successo dei servizi pubblici nella loro competizione sugli ascolti con i broadcaster commerciali, prevalentemente importatori di fiction seriale proveniente da Oltre Oceano (non solo di Dallas ma anche di telenovelas).

Il processo di costruzione di un'Europa dell'Informazione da quel momento si è fermato lì. Il programma E-Europe e la nuova Direzione Information Society, nonostante le aspettative di Lisbona, non hanno raggiunto i risultati attesi, mentre la deregulation delle telecomunicazioni, completatasi alla fine degli anni Novanta, ha creato solo nuovi grandi attori privati destinati ad incidere nell'universo della comunicazione. La coscienza europeista dei cittadini deve ancora crescere. L'Europa a 27 deve combattere l'euroscetticismo e le tendenze xenofobe anche attraverso appropriate campagne informative che ricorrano ai più moderni strumenti di comunicazione. Negli ultimi anni abbiamo assistito ad un fenomeno di crescita inversamente proporzionale fra processo di allargamento dell'Unione e fornitura di servizi informativi e culturali sulla nuova Europa. Se da un lato si è affermata l'Europa della generazione Erasmus e del low cost che ha spianato i voli senza frontiere, non si è ancora realizzata una televisione pubblica senza frontiere. Le esperienze avviate negli anni Sessanta come Giochi Senza Frontiere e il Festival della Canzone dell'Eurovisione incisero nella formazione di una coscienza europeistica popolare nelle generazioni di allora. Oggi sono necessari strumenti diversi per comunicare con l'intera collettività e non solo con le élite che dispongono di abbondanti e sofisticati strumenti informativi di nicchia. Occorre trovare il modo di comunicare con i cittadini europei in modo chiaro, semplice e diretto per rilanciare i principi su cui si basano le Istituzioni Europee, facendo loro capire i benefici di iniziative di interesse comune come l'introduzione dell'Euro o del Mercato Unico.

## GIUSEPPE RICHERI

Docente di Strategie dei Media, Istituto Media e Giornalismo  
Decano della Facoltà di Scienze della Comunicazione  
Università della Svizzera Italiana, Lugano

### Quale tv pubblica per quale società?

Appare difficile affrontare direttamente l'idea di servizio pubblico a dimensione europea quando il concetto stesso di servizio pubblico televisivo è da tempo in crisi ed è ovunque oggetto di ripensamento. Un ripensamento che nel mio paese ha suscitato molto dibattito ma ha fatto poca strada dal momento che non c'è stato il coraggio di spostare radicalmente i punti di riferimento necessari a ricostruire la legittimità del servizio televisivo pubblico, la sua identità e la sua funzione d'interesse generale.

Questo ripensamento è stato finora centrato prevalentemente su quattro aspetti: il rapporto con il potere politico, la concorrenza col settore privato, le nuove tecnologie, le risorse economiche. Senza considerare prima di tutto che l'idea ancor oggi prevalente di servizio televisivo e del suo ruolo è da tempo superata perché è nata e si è consolidata in un contesto sociale radicalmente diverso dall'attuale. Quando si riteneva che la grande maggioranza delle persone avesse "bisogni informativi, formativi e d'intrattenimento" socialmente rilevanti e insoddisfatti. Quando si pensava che la radio e poi la televisione pubbliche fossero strumenti adatti a soddisfare tali bisogni nel modo più capillare, rapido ed economico. Quando c'era largo consenso sulla necessità che lo Stato intervenisse anche fuori dal sistema scolastico con strumenti "pedagogici" per la promozione culturale dei cittadini. Quando la televisione era considerata un potente mezzo di unificazione, di integrazione, modernizzazione del Paese...e quando la televisione era monopolio dello Stato.

La società di oggi è profondamente diversa da quella d'allora così come sono diverse le risorse economiche a disposizione degli individui e delle famiglie, i loro consumi materiali e immateriali, i loro bisogni e desideri. Da qui occorre partire per ripensare il servizio pubblico radiotelevisivo, le sue funzioni e i suoi interlocutori sociali. Non dalle nuove tecnologie, né dalla concorrenza con i privati o dai rapporti con il potere politico e ancor meno dalle inefficienze e gli sprechi degli enti televisivi pubblici. Tutti problemi che vengono dopo.

C'è ancora una maggioranza del paese che ha bisogni "informativi, formativi e d'intrattenimento" che non è in grado di soddisfare con le proprie risorse economiche e i propri mezzi intellettuali? Quali sono le componenti della "nuova" società che oggi hanno bisogno della tv pubblica? Fino a che punto è opportuno che lo Stato si occupi direttamente di allestire contenuti medialità? La televisione è ancora in grado di offrire elementi d'identità condivisa, di unificazione culturale, di partecipazione politica e promozione culturale?



Credo che questi siano alcuni dei quesiti su cui si dovrebbe riflettere approfonditamente per ripensare con coraggio alla legittimità, non formale ma sostanziale, e alla funzione della televisione pubblica oggi.

### **Televisione e Unione Europea**

Occorre avere il coraggio di fare un bilancio delle iniziative europee nel campo televisivo mettendo a confronto gli obiettivi, le risorse investite e i risultati raggiunti. Se non si può parlare di un totale fallimento, credo si possa però affermare che i fallimenti sono stati molti e i risultati positivi rilevanti pochi rispetto alle attese.

In particolare in Italia sarebbe difficile sostenere che le iniziative televisive europee abbiano contribuito ad aumentare sensibilmente la conoscenza e il sentimento di appartenenza europea degli telespettatori italiani. Il caso di Euronews è emblematico.

Si, è vero, Euronews è meglio di niente, ma il suo impatto sul grande pubblico televisivo, quello a cui è più importante offrire un'apertura europea, risulta del tutto marginale.

Credo che trovare iniziative pertinenti ed efficaci per rafforzare l'adesione al "progetto europeo" (ma quale?) dei cittadini in tutti i paesi membri, tanto i vecchi quanto i nuovi, sia un impegno non solo importante, ma sempre più necessario. Non credo però che un servizio televisivo pubblico a dimensione europea sia la strada da percorrere. Non tanto per la quantità di esperienze "europee" infruttuose accumulate negli ultimi decenni e neppure per le difficoltà legate al pacchetto economico, alle piattaforme tecniche, al governo e all'organizzazione dell'impresa, ai format e palinsesti, ecc. Tutti aspetti di primo piano e di evidente difficoltà. La mia critica è invece a monte di questi aspetti e cerco di riassumerla in questo modo. I rapporti tra i cittadini europei e l'Europa (istituzioni, politiche, iniziative, problemi, ecc.) variano, da paese a paese (mi fermo a questo livello) e sono fortemente condizionati da aspetti storici, economici e socio-culturali tipicamente nazionali. La costruzione europea è una proposta per risolvere i problemi di questi cittadini e migliorare le loro condizioni di vita. Per permettere loro di metabolizzare positivamente i vari passaggi di questa costruzione sentendosi sempre di più partecipi credo sia necessario non partire dall'Europa, ma partire dalla loro dimensione nazionale per aiutarli a capire e apprezzare la funzione dell'Europa caso per caso. La politica saccarifera dell'Europa ha un impatto del tutto diverso in Germania, in Italia o in Ungheria. Le strategie europee nel campo delle grandi infrastrutture di trasporto coinvolgono in modo diverso gli spazi, i territori, i paesi e i cittadini dell'Europa, ecc.

Per il grande pubblico solo i mezzi di comunicazione nazionali e locali sono in grado di svolgere questa indispensabile funzione di mediazione tra "informazione europea" e contesti nazionali e locali. In altri termini le news europee senza un lavoro di "localizzazione" sono difficilmente comprensibili, interpretabili, apprezzabili. Perché i contesti di riferimento dei cittadini europei sono quelli nazionali e locali ed è all'interno di questi contesti che le news europee possono assumere rilievo nell'agenda informativa.

### **Un'agenzia televisiva europea**

Allora non c'è nulla da fare? Credo che l'obiettivo principale da porsi è quello di fare entrare maggiormente l'Europa nella programmazione televisiva nazionale e tra i contenuti offerti ormai da una molteplicità di piattaforme tecniche e di forme di accesso. Basta osservare i principali programmi d'informazione delle televisioni pubbliche e private per rendersi conto di quanto l'attività delle istituzioni europee, i



tempi di rilevanza generale e quelli che riguardano le interdipendenze tra i suoi partner siano poco presenti nell'agenda informativa accessibile al grande pubblico.

Per favorire questa prospettiva tra le iniziative utili potrebbe esserci la creazione di un'agenzia "europea" in grado di sviluppare un'azione sistematica e coordinata su vari piani e in varie direzioni tra cui:

-funzione produttiva: allestire materiali semilavorati sui temi presenti nell'agenda delle istituzioni europee da offrire alle varie redazioni di diversi supporti che possano poi "localizzarli" e inserirli tra i contenuti da loro offerti (palinsesti, contenitori, ecc.)

- ✚ funzione promozionale: negoziare con singole redazioni iniziative di cooperazione su temi europei specifici, o su temi nazionali e locali di interesse o rilevanza europea
- ✚ -funzione di commutazione: ricevere proposte e sollecitazioni da singole redazioni intorno a cui coinvolgere altri partner europei
- ✚ funzione di intermediazione tra le singole redazioni e le varie strutture delle istituzioni europee.
- ✚ funzione intermodale: progettare e favorire la diffusione su varie piattaforme e media dei contenuti di origine propria e di quelli realizzati dai vari partner

## UWE HASEBRINK

Presidente Consiglio Direttivo Hans-Bredow-Institut fuer Medien Forschung  
Università di Amburgo

### Un valore pubblico per l'Europa?

Il nostro intervento si propone di affrontare l'interrogativo principale di questo seminario - "E' possibile costituire un servizio pubblico europeo?" - in contrasto con quanto fornisce l'esempio relativo agli sviluppi più recenti delle politiche médiatiche in Germania.

La prima parte riformulerà la principale questione posta nel nostro titolo E' possibile costruire una televisione pubblica europea? . avendo come punto di partenza il caso tedesco per quanto attiene agli Aiuti di Stato ( State Aid Case ): la Commissione Europea considera infatti il canone come un aiuto di Stato del governo tedesco.

Il compromesso escogitato a questo riguardo nel 2007 ( Beihilfekompromiss ) précisa alcune condizioni che i Länder tedeschi - che sono competenti da un punto legislativo in materia di radiodiffusione - hanno adottato ricorrendo ad un emendamento del Trattato Inter-Länder del 2009 in materia di radiodiffusione. A partire da questa data ogni servizio internet nuovo o modificato dovrà subire un test suddiviso in tre fasi, in grado di convalidare il suo carattere di servizio pubblico. Questo test in tre fasi ha come obiettivo di esaminare se questi nuovi contenuti on-line e di telemedia, ovvero strumenti di comunicazione a distanza soddisfino queste condizioni evidenziando in maniera evidente la loro natura di servizio pubblico e, se così è, valutare il loro contributo qualitativo a favorire una competizione sul piano editoriale. Lo State Aid Case tedesco non ha solo modificato il quadro legale in Germania. In questo modo la Commissione Europea ha évidentemente utilizzato questo precedente in materia di radiodiffusione per esprimere un parere sulle modalità attraverso le quali sarà opportuno in futuro, valutare gli aiuti di Stato verso radio e televisione .

Esaminando il nervo centrale del concetto di valore pubblico, la seconda parte dell'intervento riformulerà la questione centrale di " come i radiodiffusori pubblici possono creare questo valore pubblico in Europa ". Alla fine di una breve discussione sulla definizione di valore pubblico in ambito europeo, saranno prese in esame varie opzioni di televisione di servizio pubblico, evidenziandone punti di forza e di debolezza e, in particolare:

- ✚ l'europeizzazione dei programmi nazionali
- ✚ lo sviluppo di contenuti specifici per alcuni segmenti di audience transnazionali
- ✚ e infine un'offerta di programmi su scala paneuropea

## PIERRE MUSSO

Professore ordinario di Scienze della Comunicazione  
Università di Rennes II

Da quell'Oceano rappresentato dalle oltre 5 mila emittenti televisive attive nell'Europa «dei 27», emerge una grandissima diversità e persino una eterogeneità dei servizi pubblici audiovisivi nazionali e regionali, con spiccate differenze in materia di regolazione, fonti di finanziamento o sviluppo tecnologico, fra i paesi dell'Europa settentrionale e i Paesi mediterranei.

### 1. L'evoluzione paragonabile fra i servizi pubblici televisivi in Francia e in Italia.

Le televisioni francesi e quelle italiane hanno avuto un cammino piuttosto simile dal Secondo Dopoguerra sino alla metà degli anni Settanta. I due Paesi hanno inizialmente costituito un legame indissociabile fra televisione e politica mediante l'istituzione di un monopolio monolitico incaricato della gestione del servizio pubblico audiovisivo. L'informazione fu dunque collocata sotto la tutela del potere politico. Dopo il '68, i due paesi hanno avviato la deregolamentazione del sistema in nome dell'indipendenza o dell'«autonomia» dei media, sotto la spinta di una critica liberal - libertaria dello statalismo identificato con il monopolio. L'Italia, pioniera della deregulation del proprio sistema audiovisivo, finse allora da laboratorio.

Sino alla fine degli anni Sessanta, il monopolio fu considerato come il garante del pluralismo, in quanto lo si riteneva idoneo per respingere la doppia minaccia della propaganda e della sottomissione a quelle che Léon Blum chiamava le «forces de l'argent», ovvero le forze del denaro. Alla fine degli anni Sessanta, i critici del monopolio pubblico trovarono un punto di convergenza ponendo la seguente equazione: « monopolio pubblico = monopolio politico» (governativo). Una nuova fase si aprirà poi all'inizio degli anni Novanta. Tale fase è caratterizzata dai processi di concentrazione nel settore dell'emittenza privata e dall'indebolimento, viceversa, della televisione pubblica.

A differenza dei paesi anglosassoni, la televisione non ha mai smesso di essere riorganizzata in Italia come in Francia, a partire dal secondo dopoguerra, secondo tre concezioni politiche del pluralismo che si sono succedute.

- ✚ In primo luogo, il modello iniziale, quello che ho appena chiamato monopolio monolitico, confondeva servizio pubblico e monopolio.
- ✚ Poi, con l'avvio del processo di deregulation e della concorrenza, l'emergere della neo-televisione commerciale viene associata alla moltiplicazione del numero dei canali, finanziati prevalentemente dalla pubblicità.
- ✚ Infine, lo sviluppo delle emittenti televisive a pagamento - con il ruolo propulsore svolto da Canal Plus al di qua come al di là delle Alpi e il consolidamento di alcuni

«gruppi campioni» privati. In Francia, sono cinque i gruppi che la fanno da padroni nel mercato della comunicazione: Bouygues, Lagardère, Vivendi, RTL-Group e Bolloré. In Italia, la situazione è più semplice in quanto il gruppo Fininvest controlla il mercato dell'emittenza commerciale.

Seguendo le stesse modalità, dal Dopoguerra, la televisione ha conosciuto al di qua come al di là delle Alpi, tre meccanismi successivi di finanziamento: quello pubblico derivante inizialmente dal canone, nel corso degli anni Sessanta è diventato un finanziamento misto - canone e pubblicità - , prima ancora della moltiplicazione delle emittenti commerciali alla fine degli anni Ottanta, e al consolidamento di nuove offerte televisive direttamente finanziate dal telespettatore-cliente. Il canone, prima fonte di finanziamento sino al 1980, è oggi quella più debole. La pubblicità è esplosa nel corso degli anni Ottanta con la nascita delle emittenti commerciali, ma ormai risulta stagnante in valori relativi. Infine, il pagamento diretto da parte del consumatore è ormai diventato la principale fonte di finanziamento della televisione.

In questo contesto si è ridotto drasticamente il settore dell'emittenza pubblica. Il servizio pubblico non è mai veramente riuscito a «liberarsi» dalla propria tradizionale tutela politica sull'informazione. L'acquisizione di logiche manageriali d'impresa per far fronte alla crescita della concorrenza con le emittenti commerciali nazionali, ha sollevato un interrogativo di fondo sulla «qualità », l'identità, e perfino nel caso di taluni, sulla legittimità stessa di un servizio pubblico audiovisivo.

Se per un verso la Legge adottata il 1 agosto 2000 dal Governo socialista presieduto da Jospin, ha fornito indubbiamente una definizione interessante delle missioni del servizio pubblico, sul piano pratico la sua portata è stata alquanto modesta<sup>1</sup>. Se da un lato la Francia e l'Italia sin dall'origine hanno stabilito un rapporto specifico fra il potere politico e la televisione - un legame di cui non si trova pari rilievo negli altri Paesi europei - dall'altro la deregulation di questo sistema ha esercitato un influsso molto più profondo, contemporaneamente economico, culturale e politico. Questa eccezione franco-italiana ha comportato due «anomalie»: da un lato, questa inversione di tendenza ha permesso la costituzione di un impero mediatico, con il gruppo Fininvest di Berlusconi che controlla l'emittenza commerciale, dall'altro, ha consentito la prima privatizzazione di una grande televisione pubblica, TF1.

---

<sup>1</sup> *Troviamo una definizione interessante delle reti pubbliche che « offrono al pubblico considerato in tutte le sue componenti, un insieme di programmi e di servizi che si caratterizzano dalla loro diversità e dal loro pluralismo, la loro esigenza di qualità e di innovazione, il rispetto dei diritti della persona e di principi democratici costituzionalmente definiti.*

*Esse presentano un'offerta diversificata di programmi in tecnica analogica e digitale nei campi dell'informazione, della cultura, della conoscenza, del divertimento e dello sport. Esse favoriscono il dibattito democratico, di scambi fra le diverse parti della popolazione così come l'integrazione sociale e la cittadinanza. Esse assicurano la promozione della lingua francese e valorizzano il patrimonio culturale linguistico nella propria diversità regionale e locale. Esse concorrono allo sviluppo e alla diffusione della creazione intellettuale artistica e delle conoscenze civiche, economiche, sociali, scientifiche e tecniche così come all'educazione all'audiovisivo e ai media.*

*« Esse assicurano l'onestà, l'indipendenza e il pluralismo dell'informazione così come l'espressione pluralista delle correnti di pensiero e di opinione nel rispetto del principio di uguaglianza di pari trattamento e nel rispetto delle raccomandazioni del Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.*

*« Gli organismi del settore pubblico della comunicazione audiovisiva, per l'esercizio delle loro missioni, contribuiscono all'attività audiovisiva esterna, all'irradiamento della francofonia e alla diffusione della culturale e della lingua francesi nel mondo. Si prodigano a sviluppare i nuovi servizi in grado di arricchire e completare la loro offerta di programmi così come le nuove tecniche di produzione e di diffusione di programmi e servizi di comunicazione audiovisiva. »*

In un caso come nell'altro troviamo lo stesso modello all'origine, lo stesso sconvolgimento dovuto alla deregulation e gli stessi risultati eccezionali conquistati dai nuovi gruppi privati.

## **2. La riforma francese del 5 marzo 2009 relativa « al nuovo servizio pubblico della televisione », avviata dal Presidente Sarkozy**

Questa ennesima riforma persegue un triplice obiettivo: economico, politico e culturale. In primo luogo intende sostenere quelli che in Francia chiamiamo «les groupes champions», ovvero i gruppi «campioni» privati, come dichiarato dal Presidente Sarkozy: « Il mio auspicio è che i gruppi privati audiovisivi siano puissants, ossia molto forti».

In secondo luogo, la nomina e la revoca previo semplice parere, del Presidente di France Télévisions da parte dello stesso Presidente della Repubblica, segna il ritorno in mano statale della televisione pubblica.

Infine, con la soppressione della pubblicità per tutto il settore pubblico, l'obiettivo è «disconnettere» la televisione pubblica dal mercato e dalla rincorsa dell'audience, in nome della « qualità » e della «cultura».

Questa riforma spinge così la Francia a contrapporre due tipi di televisione. Da un lato, dovrebbe esistere una televisione pubblica pedagogica e culturale, di cui lo Stato definirebbe in parte la programmazione nominandone il Presidente, in parole povere una nuova «televisione di Stato», e dall'altro, una televisione commerciale, alleggerita di numerosi obblighi: da un lato una « tele-scuola » rivolta ad un telespettatore-alunno, e dall'altro, un «tele-carrello della spesa», destinato ad un telespettatore-consumatore.

La progressiva soppressione della pubblicità sui canali di France Télévisions in assenza di introiti certi e reiterati nel tempo, rischia di sfociare in un indebolimento del servizio pubblico, sino a ridurne il proprio perimetro se non addirittura a provocarne una sorta di «auto-amputazione».

Questa Legge rende fragile e precaria l'economia di una televisione pubblica strutturalmente sotto finanziata, l'ammontare del canone essendo fra i più bassi d'Europa (con 116 euro, a fronte di una media europea di 161 euro). Per compensare la perdita degli introiti pubblicitari si è calcolato che avremmo dovuto incrementare il canone di ben 45 euro! Sono rari gli esempi di televisioni pubbliche prive di pubblicità, e in questi casi, l'ammontare del canone appare molto più elevato come come in Danimarca o per la BBC che dispone di un bilancio annuo pari a circa cinque miliardi di euro.

L'equazione economica relativa alla compensazione finanziaria per i mancati introiti pubblicitari risulta complessa e priva di sufficienti garanzie.

La prima risorsa compensatoria è una tassa dello 0,9% sui servizi forniti dagli operatori nelle comunicazioni elettroniche (fornitori di accesso a Internet e operatori di telecomunicazioni).

La seconda risorsa di compensazione è una tassa del 3% sugli introiti pubblicitari supplementari delle emittenti private.

Infine, l'adozione di un'indicizzazione del canone consentirà di portarlo a 120 euro nel 2010.

Con una tale equazione finanziaria sembra dunque piuttosto difficile migliorare la qualità dei programmi ed assicurare contemporaneamente adeguati investimenti nelle nuove tecnologie e nella «creazione» audiovisiva. Per di più, la Commissione Europea ha annunciato l'apertura di un'indagine su questa modalità di finanziamento, il che rischia di addensare un'ulteriore minaccia su questa misura di compensazione.

### 3. Le posizioni europee in materie di servizio pubblico dell'audiovisivo e i loro limiti

La mancanza di un'identità culturale comune, la diversità linguistica e l'assenza della comunicazione audiovisiva nei Trattati di Roma e nell'Atto Unico Europeo del 1986 hanno concorso a indebolire i servizi pubblici. Senza dubbio il Trattato di Maastricht ha introdotto la possibilità di un intervento comunitario nell'audiovisivo ma l'Europa - conferendo priorità al principio della «concorrenza libera e priva di distorsione» - ha favorito le politiche di deregulation, tendendo a emarginare i servizi pubblici, considerandoli come eccezioni al principio della concorrenza.

La stessa definizione dei servizi pubblici varia a seconda dei paesi. Quanto alla politica audiovisiva dell'Unione Europea, essa non dà quasi nessuno spazio ai servizi pubblici, ridotti alla stregua di «Servizi d'Interesse Economico Generale» (SIEG) sottoposti senza alcuna eccezione al diritto della concorrenza. Ciò ha favorito una sorta di «laissez-faire» deregolatore. Il diritto comunitario non fa distinzioni fra televisioni private e televisioni pubbliche, considerando la pubblicità come lo strumento usuale per il loro finanziamento. Da qui il sacro principio dell'interdizione degli «aiuti di Stato». Su questa base la contestazione principale della Commissione europea verte sul doppio finanziamento dei servizi pubblici attraverso la pubblicità e il finanziamento pubblico, il che spiega anche le riforme francesi e spagnole adottate nel 2009.

Il Protocollo annesso al Trattato di Amsterdam del 1997 ha rafforzato questo approccio in senso strettamente economico sottolineando che «la radiodiffusione di servizio pubblico negli Stati membri è direttamente collegata ai bisogni democratici, sociali e culturali di ogni Paese e alla necessità di preservare il pluralismo dei media». Ciò ha permesso di autorizzare il ricorso al finanziamento pubblico in due casi specifici: in presenza di missioni di servizio pubblico e in caso di non contravvenzione alle regole di concorrenza. La direttiva SMA («Servizi sui Media Audiovisivi») del dicembre 2007 che ha sostituito la direttiva «TSF» del 1989 favorisce la crescita degli spazi pubblicitari e l'interruzione pubblicitaria dei programmi.

Detto questo, la prevalenza del diritto della concorrenza è stata costantemente riaffermata in particolare nelle comunicazioni della Commissione del 2001 sulla radiodiffusione pubblica e del 2009 «sull'applicazione ai servizi pubblici di radiodiffusione delle regole relative agli aiuti di Stato». Il Trattato di Lisbona su questo punto chiave non influisce sull'orientamento del diritto comunitario. Un vero proprio deficit delle politiche europee rimane in materia di politiche audiovisive e a ciò si accompagna un controllo severo della commissione sui loro finanziamenti. A partire dal 2006 le emittenti televisive pubbliche olandese, danese, austriaca, fiamminga e irlandese sono state invitate a chiarire la loro modalità di finanziamento. Il rischio maggiore per le emittenti pubbliche è il loro soffocamento finanziario e in fin dei conti la loro possibile emarginazione seguendo il modello nord-americano del Public Broadcasting Service (PBS).

In questo contesto, la creazione di un'emittente pubblica europea sembra apparire piuttosto illusoria in particolare in quanto il gusto degli spettatori nazionali/regionali in Europa è contrassegnato da una diversità linguistica e culturale molto profonda. Occorre anche rilevare i fallimenti precedenti, fatta eccezione per ARTE, rete franco-tedesca e non europea, e per Euronews che funge peraltro più come agenzia che come vera e propria emittente. Infine l'allargamento all'«Europa dei 27», vedi «dei 29» moltiplica sempre di più le difficoltà. Certo i gruppi privati nell'audiovisivo subiscono processi di concentrazione e d'integrazione verticale lungo tutta la filiera multimediale, ma di fronte a tali concentrazioni la ricerca di fusione fra reti pubbliche sembra una strada senza speranze.

Tre proposte principali potrebbero essere suggerite :

- ✚ L'Europa potrebbe promuovere la propria azione meno sotto il lato dell'edizione e della programmazione che da quello della produzione e della creazione sostenendo una politica industriale che favorisca l'emergere di un polo misto pubblico-privato delle industrie audiovisive per controbilanciare l'egemonia statunitense su questo terreno.
- ✚ Le televisioni pubbliche che condividono i medesimi fondamenti e le medesime finalità potrebbero, nel quadro dell'UER, integrare alcuni obblighi di produzione e diffusione e di cofinanziamento delle opere.
- ✚ Un prototipo di Carta delle missioni del servizio pubblico potrebbe essere adottata al fine di consacrare la loro esistenza istituzionale. I servizi pubblici sono un elemento centrale della democrazia, del pluralismo, della libertà d'espressione e dell'informazione e delle culture europee e non dovrebbero più essere considerate alla stregua di banali imprese operanti nel mercato unico. Questa Carta dovrebbe iscrivere come principio fondamentale l'indipendenza politica dei settori pubblici europei ispirandosi al modello della BBC. Come auspicato dal Comitato dei ministri di Reykjavik nel maggio 2009 su iniziativa del Consiglio d'Europa, occorrerebbe instaurare « una reale indipendenza editoriale e un'autonomia istituzionale » dei servizi pubblici.
- ✚ Le cooperazioni fra i servizi pubblici europei con l'aiuto dell'UER e del consiglio d'Europa possono costituire un utile contrappunto (contrappeso ?) all'evoluzione in senso liberale del diritto comunitario.

## Conclusione

La spinta in senso neo-liberale delle regole comunitarie ha favorito la deregulation dei servizi pubblici considerati come « SIEG » (Servizi di Interesse Economico Generale) (telecomunicazioni, trasporti, energia). Questo indebolimento della sfera audiovisiva pubblica favorisce la formazione di un modello di tipo nord-americano con un PBS di qualità ma, ai margini del sistema, l'esistenza di grandi gruppi privati molto concentrati e la formazione di un'autorità di regolazione unica e potente. Questo scenario tendenziale prende piede in Europa in maniera paradossale dal momento che il principio « della concorrenza libera e priva di distorsione » è una realtà di fatto. Esso va di pari passo con il sostegno che gli Stati membri conferiscono ai propri « gruppi campioni » in nome delle politiche industriali alla stregua di RTL-Group, Bouygues-TF1, Fininvest o di News Corp. In queste condizioni l'Europa audiovisiva si trova per ora in una posizione schizofrenica barcamenandosi fra il principio fondatore della concorrenza il sostegno industriale ai propri campioni e la salvaguardia dei servizi pubblici come pilastri della democrazia.

-----  
Links :

Comunicato stampa: La Commissione approva il versamento di un contributo pubblico di 450 milioni di euro per France Télévisions e apre un'indagine sul meccanismo di finanziamento a lungo termine  
Brussels, 1 st September 2009  
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1264>



## ENRIQUE BUSTAMANTE

Professore Comunicazione Audiovisiva e pubblicità, Università Complutense, Madrid  
già membro Consiglio Riforma Mezzi di Comunicazione di Titolarità Statale, 2004-2005

### Di fronte alle sfide dell'epoca digitale: nuove minacce per il servizio pubblico europeo

Il servizio pubblico di radiodiffusione europeo si trova in questi ultimi anni alle prese con alcune sfide di un'ampiezza sinora mai raggiunta. Tali sfide sono scaturite dalla deregulation e dall'emergere di un settore privato che lo hanno costretto a ripensare le proprie strutture e le proprie strategie. Il rapido passaggio alla televisione digitale, con la conseguente moltiplicazione dell'offerta televisiva digitale terrestre e la frammentazione degli ascolti, rendono ormai necessaria una traduzione delle sue missioni nell'universo di Internet ed esigono altresì nuove definizioni professionali derivanti dalla comparsa della nozione di "editore multi-piattaforma e multi-supporto, ponendo dunque un tale servizio pubblico di fronte ad una sfida che richiede volontà politica, qualità professionali appropriate e mezzi finanziari adeguati.

Come abbiamo approfondito in un testo recente<sup>2</sup>, questi nuovi requisiti si sono tradotti in maniera del tutto inappropriata in pratiche reali all'altezza di queste sfide nella maggior parte dei paesi europei, e ciò in particolare nei paesi dell'Europa latina - nei quali la cultura di servizio storicamente è sempre stata vissuta in un quadro di subordinazione ai poteri politici - e in quelli dei nuovi Paesi membri dell'Unione Europea provenienti dall'ex blocco dell'Est, caratterizzati da decenni di "socialismo reale" e quindi sottomessi dopo il 1989 ad una deregulation selvaggia del sistema radiotelevisivo.

Ciononostante, negli ultimi anni, le riforme democratiche approvate in Paesi come il Portogallo (2000-2004) o la Spagna (2006) sembrano aver delineato la fine di questa sorta di "maledizione" mediterranea a profitto di un panorama audiovisivo più articolato e variegato, ma nel rispetto di alcuni prerequisiti fondamentali per un modello europeo di servizio pubblico (indipendenza politica, contratti di programma rispondenti a precise missioni, prevalenza del finanziamento pubblico rispetto agli altri introiti commerciali...).

---

<sup>2</sup> ENRIQUE BUSTAMANTE, "Public Service in the Digital Age. Opportunities and Threats in a Diverse Europe", in ISABEL FERNÁNDEZ ALONSO, MIQUEL DE MORAGAS (a cura di), *Communication and Cultural Policies in Europe*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Colección Lexikon, 2008, pp. 185-215

Contemporaneamente abbiamo cercato di analizzare in che modo (unitamente alla possente pressione esercitata dai settori privati in ambito nazionale), i Documenti e le Direttive dell'Unione Europea hanno contribuito a creare un clima poco favorevole ad un qualsiasi rafforzamento del servizio pubblico. Ciò si è tradotto nell'assenza di qualsivoglia statuto giuridico chiaro e preciso per queste istituzioni peraltro riconosciute "di interesse economico generale", dimostrando su questo punto grande contrasto rispetto alla «flessibilità» di cui molto frequentemente ha dato prova la stessa Unione Europea nei confronti dei grandi gruppi privati.

In questo contesto le recenti riforme adottate in Francia e in Spagna non possono che riacutizzare incertezze e timori quanto alla possibilità che possano espandersi a macchia d'olio in altri Paesi. Inaugurata con la missione di studio e il successivo *Rapporto Copé*, su basi che si pretendevano progressiste, prevedendo la totale soppressione della raccolta pubblicitaria sulle reti di France-Télévision a partire dalla fine del 2010 (a partire dal 2009, tale divieto è reso effettivo impedendo la trasmissione di spot nel *prime-time* e nelle successive fasce di programmazione), questa politica ha trovato un'ampia eco in Spagna dove è stata approvata per decreto la scomparsa totale della pubblicità sulle reti di Television Española TVE entro la fine del 2009.

Queste due riforme, contraddistinte dalla medesima natura sebbene adottate da governi di obbedienza politica opposta, in entrambi i casi prendono pretesto dall'attuale crisi economica. Tuttavia, richiamandosi in un caso come nell'altro ad una pretesa concezione di purezza del servizio pubblico senza preoccuparsi delle concrete dinamiche economiche, consegnano sia il servizio pubblico sia il mercato pubblicitario ai diktat del mercato.

Riforme come quelle adottate sia in Francia sia in Spagna sono state precedute o seguite da provvedimenti di deregulation che hanno portato benefici ai gruppi privati (alleggerimento delle regole di inquadramento della pubblicità, degli obblighi di investimenti a favore del cinema o della produzione audiovisiva indipendente, o delle normative antitrust...)

In questo modo si sono realizzate in Francia come in Spagna profonde ristrutturazioni dei comparti audiovisivi nazionali con la sola preoccupazione di realizzare profitti politici a breve termine.

Di fronte al canone o al finanziamento diretto da parte dello Stato, in quanto fonti finanziarie pubbliche, di fronte alla pubblicità come fonte cui ricorrere importante ma sempre più controllata, emergono oggi fonti inedite, quali le tasse sull'utilizzo dello spettro delle frequenze radioelettriche, sulla raccolta pubblicitaria delle emittenti commerciali, sul fatturato degli operatori di telecomunicazioni e sui fornitori di accesso a Internet...

Tuttavia esse si dimostrano piuttosto problematiche nella loro messa in opera sia a causa delle reticenze che esse possono suscitare sia a causa delle regole comunitarie.

Il prevedibile conseguente indebolimento del servizio pubblico lo porrebbe in una situazione di irrimediabile precarietà, in un momento come questo caratterizzato dalla crisi economica e da un indebitamento colossale dei nostri Paesi.

Al di là delle questioni che riguardano l'avvenire di questi nuovi modelli, emergono come corollario molteplici interrogativi riguardanti il breve come il lungo termine. Che ne sarà della nuova gestione di questi enti pubblici? Che impatto eserciteranno le strategie di influenza in un contesto non competitivo di raccolta della pubblicità, (al contrario rispetto alle dinamiche che si sono prodotte con la rincorsa all'audience)?

Quali saranno i costi dei palinsesti per coprire gli spazi di programmazione lasciati liberi dagli spot pubblicitari? Quale sarà il loro ruolo in quanto motore per la produzione audiovisiva, che peso eserciteranno i gruppi di pressione in un futuro caratterizzato da un sistema sempre più spostato a favore del mercato?

## FRANCISCO RUI CADIMA

Coordinatore Dipartimento di Scienze della Comunicazione  
Università Nuova di Lisbona

### La legittimazione dei media di servizio pubblico nell'era digitale

#### 1) Il servizio pubblico televisivo nel contesto europeo

Dal nostro punto di vista è sempre mancata una riflessione sulla ridefinizione della missione di servizio pubblico inteso nei termini di una maggiore prossimità di fronte al progetto di costruzione europea.

- + innanzitutto risulta decisivo affrontare la relazione fra servizio pubblico televisivo e l'Idea di Europa - pensare soprattutto in che modo il servizio pubblico televisivo possa contribuire ad approfondire il consolidamento del progetto europeo;
- + in secondo luogo e conseguentemente, occorre favorire una maggiore sintonia fra il servizio pubblico nei Paesi Membri e una nuova strategia di comunicazione europea centrata sull'idea di messaggio e non di « massaggio»;
- + infine, riteniamo utile invocare un profondo compromesso fra l'audiovisivo europeo e l'Europa dei cittadini, il che potrebbe tradursi nella proposta di istituire un dibattito ampio e permanente su questo tema, coinvolgendo e aggregando le istituzioni europee (Commissione, Consiglio Europeo, Parlamento Europeo, ma anche l'UER) gli esperti, le università, gli operatori, associazioni, ecc.

#### 2) Sulla migrazione verso il mondo digitale

La ridefinizione della missione del servizio pubblico televisivo su questo terreno - sui nuovi «ambienti» Web - dovrebbe essere accompagnata in un primo tempo dal consolidamento di fronte al modello classico di radiodiffusione, nella fattispecie dei bisogni in materia di qualità e di quantità dei contenuti di origine europea.

Occorrerebbe altresì tentare di fare in modo che la presenza sul web degli operatori pubblici sia pienamente garantita in forme diverse da quelle che si limitino a « mimetizzare » iniziative già esistenti (in materia di contenuti, servizi informativi, ecc.), il che ci riporta alla questione, in particolare, di come approdare ad una prospettiva che si basi su questo nuovo compromesso fondato, sia sull'idea di Europa, sia sull'eredità culturale europea, e parimenti su un modello di media pubblici "public media" che sia chiaramente alternativo/complementare all'offerta degli operatori commerciali (in radiodiffusione lineare come in modalità a richiesta nel web).

Infine vorremmo suggerire di analizzare le nuove dinamiche relative al concetto e alla pratica digitale del servizio pubblico televisivo per quanto attiene a:

- + coerenza del modello
- + finalità (in relazione anche al contesto più generale delle politiche dell'Unione Europea)
- + valutazione trasparente dell'incidenza globale dei nuovi servizi mediatici finanziati grazie al ricorso a fondi pubblici, come appena sostenuto dalla Commissione Europea.<sup>3</sup>

### **3) Approfondire il dibattito sul nuovo ruolo e sugli effettivi destinatari del servizio pubblico televisivo in ambiente digitale**

In questa terza parte tenteremo di rispondere di nuovo all'interrogativo se i destinatari del servizio pubblico televisivo in ambiente digitale vadano considerati in quanto cittadini o consumatori. Su questo tema, vanno certamente rivisti nel contesto digitale i concetti di pluralismo, diversità e di cittadinanza. Si tratta in questo caso di questioni centrali alle quali far riferimento, decisive per legittimare il prosieguo del modello e direi persino l'esistenza futura di un servizio pubblico televisivo.

Occorre su questo punto affrontare diversi aspetti - ad esempio chiarire, nel contesto competitivo digitale, il seguente: quali contenuti europei vanno promossi nelle televisioni pubbliche e a quali platee ed audience si devono rivolgere?

In secondo luogo ci dobbiamo chiedere se siamo d'accordo con Daniel Dayan quando sostiene che « l'audience costituisce il lato doppio oscuro del pubblico»?.

In terzo luogo ci dobbiamo poi chiedere se i contenuti audiovisivi nazionali risultano ancora necessari e sufficienti per raggiungere le quote di produzione europea previste dalle Direttive comunitarie?

Infine, ci dobbiamo chiedere se siamo d'accordo che il servizio pubblico debba rispondere, non tanto alle esigenze audiometriche commerciali, quanto soprattutto ad indicatori qualitativi, ad una sorta di « qualimetria», ovvero ad indagini regolari qualitative di verifica e monitoraggio relativo all'assolvimento della missione del servizio pubblico televisivo (seguendo le recenti evoluzioni adottate dal modello francese e da quello spagnolo).

## **Conclusione**

Occorrerebbe discutere la missione dei servizi pubblici televisivi in relazione alle nuove platee raggiunte dai media partecipativi digitali (social media) e al loro contributo per rafforzare la coesione sociale e culturale dell'Europa, con particolare attenzione nei confronti dei gruppi e delle culture minoritarie, infine in riferimento alla qualità dell'accesso e in relazione alla presenza della società civile e alle sue molteplici voci.

---

<sup>3</sup> COMMUNICATION DE LA COMMISSION CONCERNANT L'APPLICATION AUX SERVICES PUBLICS DE RADIODIFFUSION DES RÈGLES RELATIVES AUX AIDES D'ÉTAT (TEXTE PRÉSENTANT DE L'INTÉRÊT POUR L'EEE). [http://ec.europa.eu/competition/state\\_aid/legislation/broadcasting\\_communication\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/competition/state_aid/legislation/broadcasting_communication_fr.pdf)

In parole povere, si tratta di pensare ad una nozione di «public value», di valore pubblico del servizio pubblico centrata sul consolidamento del progetto di costruzione europea, fondato sulla coesione sociale, la diversità culturale ed anche sull'esperienza di una nuova forma di cittadinanza attiva.

Link utili:

[http://www.erc.pt/index.php?op=vernoticia&nome=noticias\\_tl&id=277](http://www.erc.pt/index.php?op=vernoticia&nome=noticias_tl&id=277)

-Sumário Executivo do Relatório de Regulação 2008

-Texto completo em versão digital do Relatório de Regulação 2008

Articolo:

ERC preocupada por RTP continuar a imitar SIC e TVI

<http://www.jornaldenegocios.pt/index.php?template=SHOWNEWS&id=381680>

<http://www.jornaldenegocios.pt/index.php?template=SHOWNEWS&id=381680>

## BEATA KLIMKIEWICZ

Professore Associato  
Istituto di Giornalismo e di Comunicazione Sociale  
Università Jagellonica, Cracovia

### Alcune osservazioni a proposito dei Media di Servizio Pubblico: la prospettiva dell'Europa Centro- Orientale

I Media di Servizio Pubblico europei attraversano attualmente una delle più profonde trasformazioni da quando sono nati e questo non solo perché tale trasformazione implica la ridefinizione della loro missione nel nuovo ambiente delle comunicazioni. In effetti la pressione della Commissione Europea è sempre più forte in materia di chiarificazione dei propri obblighi e in merito alle relazioni finanziarie con i loro rispettivi governi<sup>1</sup> ma anche e soprattutto a causa delle nuove scelte politiche ispirate da incentivi di mercato (soppressione della pubblicità in Spagna e in Francia), o per ragioni populiste (abolizione del canone in Ungheria e dibattito politico su tale opzione in Polonia e nella Repubblica Ceca).

Questa nuova galassia - tecnologica, economica e soprattutto politica - come può intaccare la percezione e la natura del meccanismo di regolazione all'interno del quale i Media di Servizio Pubblico hanno funzionato finora? Il processo di decisione politico risponde alle attese democratiche quando si tratta dei Media di Servizio Pubblico? E questi si sviluppano verso un modello europeo convergente, oppure la logica commerciale potrebbe prevalere, ma con il mantenimento del controllo da parte dei partiti politici a detrimento di altre forze rilevanti di una democrazia rappresentativa? Tutti questi interrogativi si sono presentati in un momento in cui nella maggior parte dei paesi europei i Media di Servizio Pubblico si stanno battendo per difendere il loro territorio e la loro identità in un contesto sempre più competitivo e sovrabbondante per la moltiplicazione delle piattaforme e dei servizi.

La Polonia e altri paesi dell'Europa centrale sembrano perfettamente corrispondere a questi requisiti fungendo da laboratorio in tale ambito: da una ventina di anni alcuni Media di Servizio Pubblico sono nati dalla profonda riforma del sistema dei mezzi di comunicazione con conseguente modifica dei dispositivi di regolazione in un contesto d'indebolimento di numerose istanze istituzionali, sia per le modalità di finanziamento (soppressione del canone e del finanziamento da parte delle casse dello Stato), sia spostando l'attribuzione della missione di Servizio Pubblico a favore di operatori privati/commerciali. In altri termini, le diverse fasi di sviluppo dei Media di Servizio Pubblico - nascita, crescita, maturità e declino - sono state caratterizzate da durate nel

---

<sup>1</sup> H.E. Meier , "Beyond Convergence: Understanding Programming Strategies of Public Broadcasters In Competitive Environments." *In European Journal of Communication* Vol. 18, No. 3, luglio-settembre 2003, pp. 337-365.



tempo e livelli di intensità diversi da quelli che si sono affermati in altri paesi e regioni europei. Certe fasi sono state solo embrionali ("la maturità"), mentre altre - anche se più brevi - sono coincise con la fase di potenziamento degli operatori privati (la fase della "crescita"). D'altra parte, una nuova percezione e concezione dei media (meno come sistema mediatico centralizzato, istituzionalizzato e totalmente omogeneo, che come insieme di servizi e applicazioni in rete) ha creato oggi condizioni di discussione tali da rendere sempre più difficile giustificare l'esistenza di un sistema centralizzato.

I Media di Servizio Pubblico in Polonia e in altri paesi dell'Europa Centro Orientale sono il risultato degli sconvolgimenti iniziati nel 1989. Le attese in materia di norme erano legate a due condizioni. La prima chiedeva con forza il completamento del processo di autonomia nei confronti dello Stato e dei partiti politici. La seconda ipotizzava una parziale autonomia nei confronti del mercato attraverso una doppia fonte di finanziamento, in modo da consentire al Servizio Pubblico di Diffusione di ricorrere alle ricette della sponsorizzazione e della pubblicità, ma anche di beneficiare della manna del canone o di altre forme di sovvenzione statiche (per esempio per la produzione di programmi educativi) per ciò che potrebbe servire a risollevarne la missione di Servizio pubblico. Questi progetti hanno incontrato molte difficoltà.

In generale, si può accennare ad almeno tre ostacoli. Innanzitutto il "Nuovo Servizio Pubblico" manteneva invariata l'antica organizzazione istituzionale del servizio mediatico di Stato così come era stata concepita, specialmente nel caso della televisione, durante il periodo comunista. In seguito, malgrado fosse prevalsa un'opzione nazionale per un sistema a tre livelli composti dai settori pubblico, privato/commerciale e social/civico, alla fine si è affermata una soluzione nata dalla volontà di riprodurre il modello duale dell'Europa Occidentale. Le opzioni relative ad un sistema a tre livelli che erano comparse all'epoca dei cambiamenti del 1989 si sono rivelate fonti di grandi difficoltà pratiche<sup>2</sup>. Come risultato, non solo un sistema duale è stato "mutuato" dal panorama mediatico dell'Europa Occidentale, ma anche un modello di Servizio Pubblico e delle sue autorità regolatrici è stato improntato ai modelli occidentali. Nello stesso tempo, va sottolineato che processi di portata storica e sociale diversa hanno favorito l'apparizione di varie forme di Media di Servizio Pubblico in Europa Occidentale e che il sedicente "modello occidentale-europeo" (professionale, o autonomo) è una pura astrazione che integra la realtà di questi processi<sup>3</sup>.

Infine, e siamo al terzo punto, il punto di partenza della nascita di un Servizio Pubblico istituzionale in Polonia e in altri paesi dell'Europa Centro- Orientale coincide con l'intensificazione della critica nei confronti del Servizio Pubblico in Europa Occidentale e della sua crisi. Da una parte un Servizio Pubblico Europeo -Occidentale è stato dato come acquisito come riferimento per permettere a discepoli involontari e ai politici di adattare le loro valutazioni e le loro riflessioni per essere all'altezza o misurare i

---

<sup>2</sup> B. Ociepa , *Dla kogo telewizja? Model publiczny w postkomunistycznej Europie Srodkowej (Who gets the television? The model of PSB in post-communist Central Europe)*, Wroclaw , Wydawnictwo Uniwersytetu Wroclawskiego, 2003. [Per chi la televisione? Il modello (radiotelevisivo) pubblico nell'Europa centrale postcomunista]

<sup>3</sup> Si vedano Peter Humphreys, *Mass Media and Policy in Western Europe*, Manchester, Manchester University Press., 1996 ; e, più recentemente, Daniel Hallin, Paolo Mancini , *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* , Cambridge, Cambridge University Press, 2004, 358 p. Daniel Hallin, Paolo Mancini, *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press, 2004, 358 p. Traduzione italiana: *Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali*, Bari, Laterza, 2004, 308 p.

benefici (o le nocività) del modello dei Servizi Pubblici dell'Unione Europea. D'altra parte, lo schema di Servizio Pubblico Europeo-Occidentale è stato introdotto prima ancora che una soluzione alternativa oppure una riforma fossero portate a termine con successo nell'Unione Europea. Questo modello Europeo-Occidentale, nelle circostanze storiche considerate, è sembrato obsoleto prima ancora che potesse essere trasformato in reali applicazioni sociali, politiche, culturali e tecnologiche<sup>4</sup>.

Questi tre livelli di difficoltà e di contraddizione hanno determinato un percorso del tutto specifico all'interno dell'Unione Europea, che ormai richiede strade diverse verso una percezione pratica e teorica arricchita del concetto di Media di Servizio Pubblico, contemporaneamente in termini istituzionali e in termini di servizi proposti nello spazio culturale nazionale e paneuropeo.

*Traduzione di Lino De Serriis e Gabriella Garsia*

---

<sup>4</sup> Karol Jakubowicz , “Ideas in Our Heads: Introduction of PSB as Part of Media System Change in Central and Eastern Europe”, *European Journal of Communication* Vol. 19, No. 1, gennaio-marzo 2004, pp. 53-74 [si veda in particolare p. 67].

## **PHILIP SCHLESINGER**

Professore in Politica Culturale

Direttore Accademico Centro per la Ricerca della Politica Culturale  
Università di Glasgow

### **Servizio Pubblico: un terreno di manovra molto complesso.**

Questo incontro contiene in sé una sfida ancora più grande: dire se è possibile costruire una televisione europea di servizio pubblico. Desidero ricordare alcune condizioni preliminari a tale progetto, soprattutto a partire dalle riflessioni nate dall'esperienza britannica per essere poi proiettate dentro il perimetro allargato del contesto europeo. La mia intenzione non è di fare del modello britannico la misura-campione delle nostre riflessioni, ma piuttosto di sfruttare quello che tale modello ha di esemplare, la sua capacità di illustrare quello che potrà servire come base politica, economica e ideologica alla maggior parte dei nostri dibattiti. In particolare, permetterà di sottolineare l'estrema instabilità degli stessi paradigmi del nostro dibattito.

### **Europeizzazione?**

Gli argomenti trattano della creazione di uno spazio europeo di comunicazione nel quale la televisione sarebbe stata chiamata a svolgere un ruolo centrale a partire da oggi fino ad almeno tre decenni fa. Tale idea è andata avanti di pari passo con il processo di integrazione europea. Durante il periodo post-sovietico, questa "europeizzazione" è stata caratterizzata da un'estensione dei perimetri territoriali e di competenza dell'Unione Europea.

L'asserzione secondo la quale un processo di comunicazione condiviso è la premessa per una completa costruzione di una democrazia europea è stata determinante in tutte le discussioni, sia di carattere politico, che accademico. Abbiamo visto molti tentativi che mirano a dare corpo alla nozione di "sfera pubblica": dalla direttiva "Televisione senza frontiere" (1989 corretta nel 1997) alla "Direttiva sui servizi di media audiovisivi" (2007, entrerà in vigore nel dicembre 2009), dalle coproduzioni televisive che beneficiano dell'aiuto dei programmi dell'UE, come MEDIA fino ai recenti sviluppi della già detta politica della comunicazione, fino all'incitamento della Commissione Europea che mira a colmare il suo "deficit democratico".

Parallelamente a questo sviluppo sono apparse, più di venti anni fa, talune aspirazioni ad uno spazio informativo Europeo che si è allargato fino al punto di cercare di impiantare una "società del sapere" in accordo con l'Agenda 2000 di Lisbona. In questo periodo la competitività economica globale e alcune trasformazioni tecnologiche, e non di meno quella che si è convenuto di chiamare economia digitale, ne furono i principali

motori. Nello stesso tempo, il contesto dell'Unione Europea fu segnato pure dalla crescita incerta dello spazio culturale Europeo con la preminenza sempre più centrale data ai "Programmi culturali" da parte della Commissione a partire dall'inizio degli anni 2000. Tutto questo potrebbe essere percepito come una tendenza "europeizzante".

Tuttavia resta il fatto che uno spazio comunicativo (e di conseguenza le ampie condizioni che possono rendere possibile una televisione di servizio pubblico) rimane fortemente dipendente dalla costruzione di uno spazio politico comune. Oggi tutti ne hanno preso atto.

### **Una televisione di servizio pubblico?**

Una televisione europea di servizio pubblico potrebbe assumere svariati aspetti su cui si può discutere. Ciò pone delle questioni fondamentali sulla concezione che abbiamo della cittadinanza transnazionale e anche della fruizione transnazionale di cultura e di ciò che potrebbe motivarle e stimolarle.

Considerando la questione posta da Infocivica dal punto di vista britannico, potremmo chiederci in quale misura è ancora ragionevole parlare di televisione di servizio pubblico così come la conosciamo oggi. Nel Regno Unito parliamo abitualmente piuttosto di Radiodiffusione di Servizio Pubblico (Public Service Broadcasting) - cosa che comprende la radio di pubblico interesse - e progressivamente i dibattiti (riflettendo in questo le forme demoltiplicate di distribuzione numerica e la presenza d'ora in poi fondamentale del Web nell'offerta pubblica) si sono spostati verso la nozione di "contenuti di pubblico servizio."

Quest'ultimo termine solleva delle questioni fondamentali circa le relazioni tra contenuti e istituzioni e con tutta evidenza più in generale sui sistemi di distribuzione e come questi toccano la ragione d'essere e l'identità di ciò che viene proposto così come i loro modi di fruizione. Da questo stato di cose deriva la questione della regolamentazione nel senso dell'interesse pubblico e la questione delle condizioni di fattibilità. Per ragioni politiche e commerciali, il dibattito si svolge ad un livello statico. Se una televisione europea di servizio pubblico fosse possibile, sarebbe difficile immaginare che possa realizzarsi senza una struttura regolatrice europea.

Attualmente le delimitazioni e le forme di regolamentazione della Radiodiffusione di Servizio Pubblico da parte dell'Ofcom, specialmente per ciò che concerne la BBC, sono l'oggetto di un ampio dibattito nel Regno Unito. La questione del servizio pubblico deve essere più che mai difesa nei riguardi della sua peculiare "qualità pubblica" e mettendo in discussione tutto quello che contrasta con la cosiddetta disciplina dei mercati. Nel Regno Unito, l'Ofcom e il BBC Trust pubblicano degli indici di valutazione della "qualità pubblica" e degli indici d'impatto di mercato. L'esistenza di tali strumenti di regolazione deriva da una cultura politica e una storia istituzionale specifiche - fortemente contestate ai nostri tempi - così che potremmo domandarci in quale misura queste pratiche potrebbero essere d'aiuto ed essere fin d'ora estese a un livello europeo al di là delle stesse ampie disposizioni della Direttiva sui servizi di media audiovisivi.

## Lo Stato e la Nazione

Una difficoltà supplementare merita di essere segnalata e questa non è affatto legata alla situazione del Regno Unito in quanto tale nell'ambito europeo. Il Regno Unito è uno Stato composto di Nazioni che nel decennio passato ha realizzato delle istituzioni politiche addizionali e specifiche per la Scozia, i Paesi del Galles e dell'Irlanda del Nord. L'Inghilterra è esente da questa decentralizzazione (senza peraltro evocare il caso di Londra).

Nel caso della Scozia, tale decentramento politico ha radicalizzato le tensioni tra centro e periferia a proposito della politica in materia di radiodiffusione. Un nuovo limite è stato oltrepassato con nuove richieste per un aumento degli investimenti nella produzione e per un rafforzamento del controllo da parte del Parlamento della missione di servizio pubblico in Scozia.

La capacità del sistema attuale di prolungare nel tempo questa cosiddetta economia creativa nell'insieme del Regno-Unito e a fornire una forma appropriata di rappresentazione culturale a livello statale sono ormai discussioni permanenti. E' una questione politica, oltreché di regole e, in conclusione, di pratiche nel campo della radiodiffusione. Nel contesto attuale di crisi economica, è anche una questione che attiene alla spesa pubblica. In tale quadro europeo, è dunque con un nuovo sguardo che si deve considerare ormai la questione dell'articolazione tra Nazioni all'interno di Stati - membri e sfera pubblica transazionale. E tutto questo non resta mai senza conseguenze, qualunque sia la concezione che si ha di una televisione di servizio pubblico a livello europeo.

*Traduzione: Lino De Serriis*

## ENRICO MENDUNI

Docente di Culture e formati della televisione e della radio  
Università di Roma Tre

### Introduzione al dibattito

Le relazioni presentate a questo incontro confermano che la televisione europea ha attraversato tre periodi:

- ✚ il primo caratterizzato da televisioni di servizio pubblico in regime di monopolio (con la parziale eccezione di Independent Television nel Regno Unito), e finanziato prevalentemente dagli abbonamenti o da fondi statali;
- ✚ il secondo caratterizzato da una convivenza tra televisioni di servizio pubblico ed emittenti commerciali, in cui la risorsa più dinamica è stata la pubblicità;
- ✚ un terzo periodo di televisione digitale, segnato da grande abbondanza di canali e largamente sovranazionale, nel quale sono i pagamenti degli utenti (per la pay-per-view) la risorsa più incisiva. In questo terzo periodo si colloca anche la fine della “variante autoritaria del servizio pubblico” presente nei paesi europei ex comunisti, cui ha fatto seguito una selvaggia liberalizzazione.

Un singolare paradosso è che le televisioni di servizio pubblico sono state più europee quando l'Europa non c'era. Sono state le imprese radiotelevisive dei vari stati nazionali europei a far nascere l'Union Européenne de Radiodiffusion (1950), l'Eurovisione (1954), EVN EuroVision News (1954), ed anche il Prix Italia che oggi ci ospita (1948). Ma il Trattato di Roma (1957) non nomina mai la radio e la televisione, nemmeno negli allegati, mentre sono citati le banane, gli oli minerali o il caffè.

Nella seconda fase, quella della concorrenza, le differenze tra i vari servizi pubblici europei - tutti legati alla politica ma con modalità diverse-, hanno prevalso sui tratti comuni che pure esistevano e che risalivano in parte all'impostazione di Lord Reith.

Ciascun paese ha affrontato in modo peculiare il passaggio dal monopolio alla concorrenza e la prima Direttiva “Televisione senza frontiere” arriva (ottobre 1989) quando in gran parte dei paesi tale transizione era già avvenuta. In questo periodo avrebbe potuto impiantarsi un canale pubblico paneuropeo ma il *Libro verde* (risalente al 1982) non ne parla e, come ricordato nel documento introduttivo a questa conferenza, generosi esperimenti paneuropei hanno vita stentata, con l'eccezione di Euronews (che inizia le proprie trasmissioni il 1° gennaio 1993).

Le cose si complicano negli anni Novanta quando, nella terza fase tra quelle che abbiamo sopra indicato, la politica di liberalizzazione e privatizzazione è diventata il

Leitmotiv dell'Unione nel Trattato di Maastricht (1986) e quando si sbriciola ogni paratia fra il settore delle telecomunicazioni e quello del broadcasting radiotelevisivo.

Peraltro nemmeno nel Trattato di Maastricht viene mai citata la radiodiffusione circolare. Il noto Protocollo annesso al Trattato di Amsterdam (1997) ha creato uno scudo difensivo attorno al servizio pubblico, ma nella forma di una sorta di "eccezione culturale" che non deve violare la concorrenza.

Gli si nega quindi ogni vitalità economica. Un esempio: appena una televisione di servizio pubblico si introduce nell'ambiente digitale (è preciso dovere di ogni management seguire l'evoluzione tecnologica) viene accusata di turbare la concorrenza, utilizzando aiuti di stato, soprattutto se cerca di richiedere pagamenti ai suoi utenti: quei pagamenti dei clienti che si dimostrano in questi anni la risorsa più dinamica.

Con il Protocollo annesso al Trattato di Amsterdam il servizio pubblico rischia di diventare un museo dell'audiovisivo, o un *Public Broadcasting System* sul modello americano, anche per il sostanziale fallimento dei progetti di *e.Europe* che hanno impattato con lo scoppio della bolla speculativa della cosiddetta *net economy* e con l'11 settembre 2001. Naturalmente l'assenza di una politica europea per i servizi pubblici non ha aiutato la trasformazione dei sistemi radiotelevisivi dei paesi ex comunisti.

Questo pessimismo può essere ridotto da un attento esame del Trattato di Lisbona e del Protocollo ivi incluso sui "servizi d'interesse economico generale" (SIEG).

Se si pensa che il Trattato di Nizza consente "geometrie variabili" nelle alleanze europee ("cooperazione rafforzata") lo spazio per iniziative di sviluppo e non solo di tutela dei servizi pubblici diventa significativo.

#### Ci preme sottolineare alcuni punti:

- ✚ le iniziative non possono realizzarsi se non in tecnologia digitale e introducendo forme di pagamento degli utenti, pena il loro fallimento per la stagnazione delle altre risorse dei servizi pubblici. Non può concepirsi l'impegno nel mondo digitale dei servizi pubblici come un investimento a fondo perduto;
- ✚ non sarà possibile ottenere l'accordo di tutti ma sono auspicabili iniziative plurime a geometria variabile;
- ✚ queste iniziative devono avere sia una dimensione produttiva sia di messa in onda sovranazionali;
- ✚ le medesime potranno prevedere la presenza in maggioranza dei servizi pubblici, ma anche una cooptazione di energie di altro tipo: reti comunitarie, reti commerciali ed *users generated contents*, ovvero contenuti generati direttamente dagli utenti;
- ✚ esse non possono limitarsi all'informazione sull'Unione europea o alla divulgazione delle sue politiche, come taluno intende il canale europeo.

E' opportuno infine riflettere sul fatto che lo "scambio ineguale" tra Europa e Usa in termini di contenuti televisivi si è largamente modificato. L'industria dei format è ampiamente europea (Endemol, Strix ecc.) ed ha assunto oramai una dimensione mondiale. Accanto a tanti fattori di pessimismo è dunque possibile introdurre altri più aperti al futuro.



**Vorrei concludendo porre alcune domande ai relatori:**

- ✚ Ritenete possibile nel nuovo quadro di Lisbona la formazione di un ente radiotelevisivo di diritto europeo?
- ✚ Ritenete che le differenze tra i vari sistemi radiotelevisivi e in particolare nella transizione al digitale (penso in particolare alla Germania) tenderanno a diminuire?
- ✚ Volete trarre un bilancio dell'esperienza francese di una rete pubblica priva di pubblicità?
- ✚ Non ritenete che nella situazione attuale l'abolizione della pubblicità si trasformi in un'ulteriore marginalizzazione dell'emittenza pubblica?
- ✚ Secondo voi l'esperienza televisiva pubblica europea dovrà avvalersi delle nuove tecnologie digitali e, al loro interno, della *pay-per-view* assicurando una nuova risorsa finanziaria?
- ✚ Ritenete che si possa parlare di un modello "latino" di neo-televisione (Penisola Iberica, Francia, Italia) diverso rispetto ad uno "continentale" (prevalentemente tedesco), all'esperienza inglese mista di liberismo e di valori *reithiani*, e al modello "nordico" dei servizi pubblici scandinavi?
- ✚ Come pensate sia possibile integrare nell'esperienza televisiva europea i paesi post-comunisti con la commercializzazione spinta che si è verificata al loro interno?
- ✚ Com'è possibile passare dalla tutela del servizio pubblico alla sua affermazione nell'era della concorrenza e della privatizzazione?

## ENRICO GRAZZINI

Giornalista, autore, analista dell'economia della comunicazione

### Alcune considerazioni schematiche e alcune domande

Quale è innanzitutto il contesto in cui operano le televisioni pubbliche (e private) in Europa? Di doppia crisi: crisi economica e finanziaria globale, e quindi forte crisi delle risorse sia pubbliche (canone) che private (pubblicità, pay); crisi strutturale dei media di fronte all'ascesa di Internet gratuita dominata dai prosumer. La Tv è in crisi, i giornali anche, YouTube (anche perché è finanziata da Google) e Facebook no!!!. A parte qualche eccezione, le nuove forme di comunicazione sono americane. Perché?

Teniamo presente che anche l'idea di Europa è in crisi: solo il 43% degli aventi diritto ha votato in Europa per le elezioni europee! L'Europa monetaria, l'Euro, ha resistito bene alla crisi, ma l'Europa dei popoli, l'Europa sociale e della cultura è in difficoltà. I governi oscillano tra politiche di aiuto alle banche e alle industrie nazionali e politiche monetarie comuni.

In questo contesto, quale è la tendenza prevalente, che si affermerà prevedibilmente nei prossimi anni nel campo specifico della Tv e dei media? Si affermeranno i programmi on demand, i contenuti trainati dagli utenti (modalità pull) e non più decisi autoritariamente dai media (programmi push)? Si affermeranno i programmi a pagamento caratteristici del satellite, o quelli gratuiti caratteristici di Internet?

Come dovrà operare la Tv nel nuovo contesto di integrazione crescente tra Tv-computer-Internet, nel contesto della Tv on demand, dei programmi trasmessi on line e consumati sullo schermo tv e dei programmi fatti dagli utenti?

Secondo voi entro 5 anni ci sarà un salto di qualità, una nuova generazione di Tv, o invece prevarrà la Tv tradizionale? Che cosa accadrà da qui a cinque anni? Occorre pensare in maniera radicalmente nuova la televisione pubblica? O invece prevarrà la continuità?

Come considerate le esperienze di YouTube e Hulu? Quali lezioni per le Tv pubbliche? Quali lezioni per una possibile Tv europea?

Il fattore chiave di successo diventeranno sempre di più i contenuti offerti. Quali contenuti distintivi, caratteristici, originali dovrà offrire la Tv pubblica nel nuovo contesto dell'on demand, della multicanalità, del pull che tende a prevalere sul push? Quali sono i programmi della Tv pubblica che difficilmente gli utenti non troverebbero su YouTube, CNN, Fox, su centinaia di canali privati, Internet, ecc, ecc? Occorrono contenuti nazionali, per la media del pubblico? Oppure al contrario programmi di nicchia per le minoranze non rappresentate adeguatamente sui media privati?

Il nodo centrale è il cambiamento del rapporto tra tv pubblica e pubblico - questo del resto è il problema centrale anche per gli altri media, come i giornali on line -. Domanda

scottante: fornisce più servizio pubblico la tv pubblica o invece Facebook (300 milioni di utenti) o YouTube? Perché da una parte c'è rischio di declino, dall'altra c'è il successo? Come coinvolgere il pubblico? Come farlo partecipare e renderlo protagonista, non solo come figura retorica ma concretamente? Come fare un servizio pubblico di fatto e non più solo di nome?

Rapporto tra Tv ed economia. Il canone come tassa di scopo sull'apparecchio Tv è ancora attuale? Quali sono i rischi e le opportunità di un finanziamento diretto?

Esiste la possibilità che - di fronte alla tendenziale globalizzazione e commercializzazione dei media - le Tv pubbliche abbiano la missione e il compito di trainare e finanziare la produzione nazionale di qualità, i programmi indipendenti ma anche i blogger o i videoblogger che fanno informazione - citizen journalism - e intrattenimento su Internet, e che forniscono un servizio al pubblico?

Governance della Tv pubblica. E' uno dei nodi centrali. Quale è la forma di governance che garantisce più indipendenza dai poteri politici ed economici, e che rappresenta di più il pubblico di cui la televisione pubblica dovrebbe essere al servizio? E' da escludersi qualsiasi forma di azionariato popolare? Il canone non potrebbe anche trasformarsi in equity delle Tv pubbliche? Le tv private si concentrano. Quale forme di partnership tra le tv pubbliche europee?

Rapporto tra Tv e altre piattaforme tecnologiche. Quale è nel vostro paese il rapporto tra Tv via etere, tv via satellite, Tv via cavo, Tv via ADSL? E quale pensate che debba essere? Quale è il rapporto tra le trasmissioni di servizio pubblico e gli operatori di Pay-Tv? Deve esserci un must offer dalla tv pubblica su tutte le piattaforme, anche se sono gestiti da operatori Pay? La Tv pubblica può offrire programmi Pay? E lo può fare autonomamente o invece all'interno di piattaforme altrui?

Sono i giovani che dovranno promuovere l'Europa. E' possibile una sorta di progetto Erasmus per la Tv pubblica europea? Una sorta di piattaforma aperta con programmi per i giovani? Canali di musica, sport, informazione, ma anche educazione (si potrebbe pensare a una Open University on line con titoli validi in tutta Europa, a corsi di riqualificazione e di aggiornamento riconosciuti per tutti i lavoratori europei)? Una Tv multipiattaforma che incentivi programmi indipendenti europei?