

TV – Politica in Italia: analisi di un sistema involuto

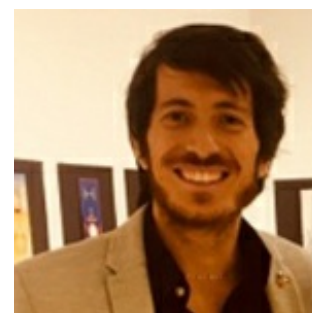
 institucionales.us.es/ambitos/

Rocco Sodo

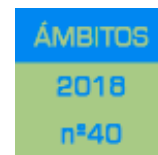
Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO)

r.sodo@dantemiami.org

Scrivere di un tema così delicato alla vigilia di un'elezione che 'potrebbe' cambiare le sorti dell'Italia per i prossimi anni è un mestiere in cui sarebbe meglio non avventurarsi. Troppe le variabili e tantissimi i punti di domanda che ad oggi non trovano la risposta che tutti i cittadini aspettano ormai da troppo tempo.



Dall'altra parte, l'esser membro del gruppo di ricerca 'Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO)' da ormai quasi sei anni, nonché la grande ammirazione e il riconoscimento accademico per uno dei miei grandi maestri, il Dr. Ramon Reig, ha rappresentato l'impulso per scrivere una riflessione su quella che è la situazione attuale della relazione tv-politica in Italia, analizzando i loro 'ingranaggi' da un punto di vista critico (e non politico), alla vigilia dell'appuntamento elettorale del prossimo 4 Marzo.



Facendo un piccolo excursus storico, la televisione italiana, intesa come servizio pubblico, fin dai suoi albori è sempre stata al servizio del partito di maggioranza del Governo.

“Quando, a metà degli anni Settanta, la Rai dette vita a una seconda testata giornalistica televisiva (il “Tg2 Studio aperto”), il giornale della prima rete continuò, nei programmi ufficiali, ad essere chiamato “Telegiornale”, come se dovesse presentarsi ancora come l'unico (e controllato) detentore del privilegio di informare gli italiani. Diventò Tg1 solo più tardi, in attesa che, di lì a poco, la qualificazione politica dell'uno e dell'altro direttore – rispettivamente democristiano e socialista – riconoscesse di fatto la dipendenza del Servizio pubblico dalle forze politiche imperanti”.

Un sistema che raggiunse una gerarchia perfetta verso la fine degli anni Ottanta, quando la stessa azienda di stato pubblicò i nomi dei direttori di riferimento dei tre telegiornali di riferimento, con le rispettive sigle politiche dei partiti ai quali appartenevano, creando di fatto una netta divisione istituzionale.

L'evoluzione del quadro politico-televisivo italiano troverà la sua massima espressione a metà degli anni Novanta, quando Silvio Berlusconi, dopo aver fondato le tre reti del gruppo Fininvest (oggi la società di infotainment che controlla le tre reti insieme a tantissimi altri canali via cavo e via satellite in Italia e all'estero, e a numerosi servizi online è la Mediaset), Canale 5, Italia 1 e Rete 4, rispettivamente nel 1980, 1982 e 1984, decise di scendere in politica.

L'impatto sulla sfera informativa intesa come strumento comunicativo di massa fu sensazionale.

Il cavaliere utilizzò quello che aveva creato nei primi quindici anni di attività in ambito giornalistico, trasformandolo in un veicolo di propaganda per promuovere la sua campagna elettorale. Basti pensare che il suo primo "scendere in campo" (facendo chiaro riferimento ad un linguaggio calcistico, grande passione di Silvio Berlusconi, tra l'altro proprietario fino al 2017 della squadra di calcio AC Milan) ai cittadini italiani fu mandato in onda in un messaggio a reti unificate a tutta la nazione. Uno slogan che gli valse una prima schiacciante vittoria alle elezioni del 1994.

Dagli albori di questo intreccio televisione-politica nei lontani anni Settanta sono oggi passati più di quarant'anni. Lo strumento tecnologico si è evoluto, i canali si sono moltiplicati, ma l'utilizzo è rimasto pressoché immutato.

Analizziamo sommariamente il contesto attuale prendendo in considerazione le medesime reti televisive esistenti negli anni Ottanta, per avere un quadro di riferimento alla vigilia della prossima tornata elettorale.

La tv di Stato segue ad appannaggio del partito di Governo: basti pensare agli orientamenti dei numerosi programmi politici e di dibattito nelle varie emittenti della televisione nazionale. Sulla stessa lunghezza d'onda, le tre reti Mediaset, che pur non appoggiando una campagna elettorale apertamente faziosa per il loro fondatore (un capitolo a parte merita il canale Rete 4, di chiara e dichiarata 'professione berlusconiana', intesa in senso quasi 'mistico' del termine) riflettono un messaggio che rappresenta un veicolo di propaganda che si muove lungo una scia di centro-destra.

L'introduzione della legge sulla par condicio del 22 Febbraio del 2000 ha disciplinato da un punto di vista legale il binomio tv-politica in occasione delle elezioni – garantendo che "le emittenti radiotelevisive devono assicurare a tutti i soggetti politici con imparzialità ed equità l'accesso all'informazione e alla comunicazione politica (art. 2 c. 1)".

Una legge che come si può immaginare è stata fortemente criticata da tanti esponenti politici, e con particolare vigore da parte di Silvio Berlusconi, che da sempre ha fatto leva sulla proprietà privata delle sue emittenti televisive e sul diritto di rappresentatività politica, intesa come maggiore partecipazione per il partito di Governo.

La televisione rappresenta ancora oggi, nell'era di internet, il maggior veicolo d'informazione per gli italiani. Un rapporto sui consumi diffuso dell'AGCOM nel mese di febbraio del 2018 ha confermato come la televisione rappresenta il mezzo informativo maggiormente considerato per importanza e per attendibilità delle informazioni. A partire da questo dato è necessario sottolineare un altro elemento di grande rilievo:

'un'arretratezza digitale' degli italiani giustificata in gran parte da una società sempre più 'vecchia', dove aumenta sempre più l'aspettativa di vita ed il numero di pensionati, a discapito del tasso di natalità e del lavoro giovanile.

Un dato quest'ultimo, che riflette l'importanza che la 'Galassia Marconi' ricopre nella società italiana e l'attenzione sempre più forte che si dovrebbe indirizzare verso un controllo sistematico del mezzo televisivo, a maggior ragione alla vigilia di un appuntamento elettorale.

Il lungo percorso 'a braccetto' iniziato negli anni Settanta dovrebbe far suonare un campanello di allarme in una realtà che a distanza di più di quarant'anni non è riuscita a scorporare completamente i due poteri; una struttura che riflette ancora oggi un alto livello di parallelismo politico con un forte intervento dello Stato (basti pensare ai lunghi periodi di censura non solo in Italia, ma in tutte le nazioni che rientrano in questo sistema), affiancato ad un modello parlamentare di gestione della tv pubblica lontano tuttavia anni luce dagli altri due modelli di riferimento nel sistema mondiale dell'informazione (democratico corporativo dell'Europa settentrionale e Nord Atlantico liberale).

La realtà del binomio tv-politica in Italia rimane nelle mani di pochi gruppi. Che siano essi pubblici o privati, costituiscono un rischio per la pluralità del sistema, diventando un 'quarto potere' contaminato che non svolge più il compito per il quale è stato creato (informare il popolo delle attività del Governo senza nessun tipo di orientamento), ma che al contrario minaccia un'informazione libera e imparziale, influenzando e 'costruendo' una coscienza e un'opinione di massa che rappresenta un rischio molto grave per una moderna democrazia.

BIBLIOGRAFIA

Hallin D.C., Mancini P. (2004): Modelli di giornalismo. Mass media e politica nelle democrazie occidentali. Roma: Laterza.

LEPRI, S. (2004): "La televisione e la comunicazione politica in Italia". Nuova Antologia (Luglio- Settembre 2004). Firenze: Le Monnier.

—

BREVE SEMBLANZA DEL AUTOR:

Rocco Sodo es doctor en Periodismo, con Mención Internacional, por la Universidad de Sevilla, es experto en mensajes periodísticos comparados. Colabora en la Florida International University (Miami) y trabaja además en el consulado italiano de la citada ciudad estadounidense. [CV Online](#)

Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.40, edición de primavera, 2018.