



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Corso di Laurea Magistrale in
Strategie di Comunicazione
Classe LM-92

Tesi di Laurea

La crisi delle TV locali: analisi delle possibili soluzioni per rilanciare il mercato dell'emittenza regionale

Relatrice
Prof.ssa Claudia Padovani

Laureando
Matteo Matarrelli
n° matr. 2062850 / LMSGC

Anno Accademico 2022 / 2023

Indice

INTRODUZIONE	4
1. UNO SGUARDO D'INSIEME: TRA REALTÀ E PROBLEMATICHE	9
1.1 La disinformazione, una piaga per l'informazione giornalistica	9
1.2 Libertà di stampa in continuo pericolo	12
1.3 Il duro rapporto tra media e democrazia	14
1.3.1 Il Media for Democracy Monitor	17
1.3.2 Il Media Pluralism Monitor: una mappatura dei rischi del pluralismo dei media	20
2. IL PANORAMA TELEVISIVO ITALIANO ED EUROPEO	24
2.1 La rimediazione	24
2.2 Gli spettatori televisivi oggi	26
2.2.1 Uno sguardo europeo	26
2.2.2 L'indagine Istat	30
2.3 Le emittenti locali in Veneto	36
2.3.1 I fondi	42
2.4 Il digitale: possibile fattore di rinascita delle TV locali?	43
3. DENTRO LA CRISI: POSSIBILI SOLUZIONI PER RILANCIARE L'EMITTENZA LOCALE	49
3.1 Le decisioni del Governo italiano	49
3.1.1 Le proteste di REA	50
3.1.2 Il DPR 146/2017	53
3.2 L'Europa verso il Media Freedom Act	55
CONCLUSIONE	60

Introduzione

Le emittenti locali in Italia rivestono un ruolo cruciale nel panorama mediatico e svolgono una funzione di grande importanza per le comunità locali. Esse rappresentano un ponte vitale tra la realtà locale e i cittadini, offrendo una serie di benefici che contribuiscono al tessuto sociale, culturale ed economico del Paese.

Innanzitutto, le emittenti locali sono fondamentali per la promozione e la conservazione dell'identità culturale delle varie regioni italiane. Attraverso la produzione e la trasmissione di contenuti specifici legati alle tradizioni, alle usanze e agli eventi locali, queste emittenti contribuiscono a preservare la ricchezza e la diversità della cultura italiana. Ciò è particolarmente rilevante in un Paese caratterizzato da una notevole varietà di storie regionali e tradizioni. Dal punto di vista dell'informazione, le emittenti locali fungono da principali fonti di notizie per le comunità locali. Esse forniscono aggiornamenti tempestivi su eventi, iniziative, e questioni di rilevanza locale che potrebbero non ricevere la stessa attenzione dai media nazionali. Questo contribuisce a creare un legame più stretto tra i cittadini e le questioni che influenzano direttamente la loro vita quotidiana. Le emittenti locali sono anche un veicolo essenziale per la promozione delle attività economiche e culturali locali. Attraverso la trasmissione di programmi dedicati agli eventi locali, alle iniziative imprenditoriali e al patrimonio artistico della zona, queste emittenti contribuiscono a stimolare l'economia locale e a sostenere la crescita delle imprese a livello regionale.

Tra le tante capacità delle emittenti locali c'è anche quella di favorire la partecipazione civica e la consapevolezza comunitaria. Tramite programmi interattivi, dibattiti locali e la copertura di questioni di interesse pubblico, queste emittenti incoraggiano il coinvolgimento attivo dei cittadini nella vita pubblica. Ciò è essenziale per la promozione di una democrazia partecipativa e per l'empowerment delle comunità locali.

Le TV locali sono quindi uno strumento di coesione sociale, unificando le comunità attraverso la condivisione di esperienze e valori comuni. Questa dimensione sociale è

particolarmente rilevante in un Paese come l'Italia, caratterizzato da una forte identità regionale.

Le emittenti locali stanno però vivendo un periodo storico complicato a causa di una sempre più sensibile diminuzione delle frequenze per poter trasmettere i propri programmi e che sta interessando numerose realtà televisive del nostro Paese.

Il 15 novembre 2021 è partito infatti il rilascio della banda 700, fino a quel momento destinata alle emittenti televisive per trasmettere i programmi, ora ad appannaggio della tecnologia 5G, quella che permette l'accesso ai servizi online per intenderci. Con questo processo si è compiuta la riorganizzazione per l'attuazione del Piano Nazionale di Assegnazione delle Frequenze, con la ripartizione di queste ultime con le emittenti televisive nazionali e locali.

La novità è partita direttamente dal Parlamento Europeo e precisamente a maggio 2017 con la Decisione UE 2017/899. In Italia questa decisione è stata recepita attraverso due leggi di bilancio nei due anni successivi (legge 205/2017 e legge 145/2019). Queste due leggi, al posto di ridare vigore all'ambito televisivo già in fase di declino in seguito al passaggio alla tecnologia digitale avvenuto tra il 2008 e il 2012, non ha fatto altro che affossare le piccole emittenti locali, riducendo le risorse finanziarie a disposizione e il numero di canali su cui poter trasmettere i propri programmi.

Per questo motivo, a un anno dal passaggio alle nuove frequenze e al prossimo passaggio alla nuova tecnologia di trasmissione DVB-T2 che potrebbe entrare in vigore nei primi mesi del 2024, il ruolo delle istituzioni locali a supporto degli operatori e delle emittenti locali sparse in tutto il territorio italiano deve essere necessariamente più rilevante. Il mondo televisivo di oggi si trova di fronte a un processo di convergenza multimediale, ovvero a una possibilità maggiore per gli individui di seguire contenuti attraverso più piattaforme e non soltanto attraverso l'apparecchio televisivo. La diffusione sempre più ampia della rete internet e l'invecchiamento, almeno nel territorio italiano, della popolazione radiotelevisiva, costringe per le autorità competenti uno sforzo maggiore per ridare slancio e vigore a un'informazione di prossimità tipica delle emittenti locali del territorio.

L'introduzione dal 2012 della tv digitale, che ha preso il posto alla tecnologia di trasmissione analogica, e alla recente rimodulazione delle frequenze che si concluderà

con l'adozione dello standard di trasmissione DVB-T2, ha generato un impatto finanziario e tecnico negativo soprattutto sulle più piccole realtà territoriali del nostro Paese. I costi per diventare operatore di rete a oggi sono elevati e di conseguenza lo Stato deve farsi garante di una ripresa economica sotto questo aspetto.

I fattori che rischiano di causare un così drastico ridimensionamento dell'emittenza televisiva locale possono essere analizzati sotto vari aspetti:

- Mancanza di iniziative prese dai Governi dei singoli Paesi per rilanciare il mercato pubblicitario;
- Difficoltà per le emittenti di reperire i mezzi finanziari (per realizzare gli investimenti in tecnologia e in contenuti, necessari per affrontare adeguatamente i futuri scenari). In merito alle emittenti locali, questi mezzi vengono reperiti soprattutto attraverso la pubblicità e quindi è utile conoscere quante aziende decidono di investire in pubblicità all'interno delle piattaforme locali in questo periodo di crisi;
- Continuo cambiamento delle regole e delle leggi che regolamentano il mercato radiotelevisivo, che crea una situazione di grande instabilità, impedendo programmazioni e scelte aziendali ad ampio raggio;
- Eccessiva burocrazia televisiva. C'è quindi una necessità di interventi di semplificazione della burocrazia alla quale le emittenti televisive sono sottoposte;
- Ultimo fattore cruciale per la ricerca in atto riguarda la poca attenzione alle problematiche del settore televisivo locale da parte di tutte le istituzioni (dal Ministero dello sviluppo economico all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, al fine di individuare percorsi capaci di affrontare e risolvere le problematiche in essere.

Durante la mia esperienza lavorativa ho la possibilità di collaborare per TV7 Triveneta, una delle emittenti locali più conosciute e seguite del Veneto. TV7 Triveneta è un'impresa televisiva molto conosciuta che ha saputo nel corso di oltre 40 anni di storia contenere la rapida concorrenza delle emittenti private nazionali e locali. Nel corso degli ultimi mesi ho potuto scoprire al meglio le proprietà del lavoro giornalistico,

venendo affiancato da giornalisti e da esperti del settore preparati e cortesi. Il mio lavoro presso la redazione ha riguardato la scrittura di articoli giornalistici, il montaggio di servizi, la realizzazione di interviste e di riprese, inserite poi nei telegiornali pomeridiani e serali.

Anche questa emittente ha dovuto subire le decisioni governative in merito alla rimodulazione delle frequenze, trovando soluzioni alternative. Il Gruppo TV7 prima del 2022 possedeva più emittenti, ognuna dedita allo sviluppo di programmi inerenti a un certo ambito (sportivo, attualità, meteo e altri). Con la rimodulazione delle frequenze, ora il gruppo ha a disposizione soltanto un canale in cui inserire programmi di generi differenti. Ovviamente la centralità della rete internet induce la realtà televisiva a puntare su contenuti che possano creare interesse all'interno dei social e delle piattaforme digitali in generale. Questa è una situazione che non riguarda soltanto questa emittente, ma altre realtà sparse in tutto il territorio veneto e nazionale.

L'obiettivo della ricerca non è soltanto quello di analizzare le soluzioni promosse dallo Stato italiano e da altre istituzioni governative per rilanciare il mercato dell'emittenza televisiva nazionale e locale, ma anche di studiare il contributo che le TV locali offrono alla società, al pluralismo informativo delle voci e alla crescita democratica in questa fase di crisi. Nel primo capitolo verrà effettuata un'analisi sulle problematiche che intercorrono al giorno d'oggi nel rapporto tra media e democrazia e a che condizione si pone il concetto di libertà di stampa a livello italiano e internazionale. Nel secondo capitolo verrà prima di tutto fatta una disamina sul mondo televisivo odierno, tra spettatori e ascesa del digitale viene invece fatto un passo in avanti entrando nel dettaglio della questione delle tv locali in Veneto e i problemi che stanno affrontando nel corso degli ultimi anni dal punto di vista economico e burocratico. Il terzo capitolo è invece il fulcro dell'analisi e cerca di mettere in luce varie soluzioni per ridare slancio alle emittenti televisive non solo locali ma anche nazionali. Verranno quindi contrapposte soluzioni economico finanziarie e leggi a tutela della libertà di stampa e della trasparenza delle informazioni giornalistiche.

La vera discriminante è quindi contrapporre questa crisi a ciò che sta proponendo la Commissione Europea in termini di pluralismo di voci attraverso il "Media Freedom Act" e il Governo italiano con leggi utili ad aiutare le piccole emittenti locali a sopravvivere. Il regolamento proposto include, tra l'altro, tutele contro l'ingerenza politica

nelle decisioni editoriali e contro la sorveglianza. Pone l'accento sull'indipendenza, sul finanziamento e sull'aiuto economico stabile dei media di servizio pubblico, nonché sulla trasparenza della proprietà dei media e dell'assegnazione della pubblicità statale. Sarebbe inoltre interessante valutare la questione ad ampio raggio, analizzando la questione delle tv locali in altri contesti, per esempio guardando come si comportano le concorrenti televisive europee.

La metodologia che verrà utilizzata per arrivare a una conclusione sul tema sarà prettamente basata su una ricerca di fonti italiane e straniere con l'obiettivo di acquisire nozioni e conoscenze valide a trarre conclusioni sul mondo delle tv locali odierno e futuro. Ovviamente il numero delle fonti riscontrabili online è ampio e di conseguenza verrà fatta una disamina delle più accreditate.

1

Uno sguardo d'insieme: tra realtà e problematiche

Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione. La stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure.

(Articolo 21 della Costituzione Italiana)

Tutti devono avere la possibilità di manifestare il proprio pensiero (con qualsiasi mezzo di diffusione). Così recita uno degli articoli caposaldo della Costituzione Italiana, stilata nel 1946 dai padri costituenti pochi mesi dopo la fine del secondo conflitto mondiale. Da quell'anno è cambiato moltissimo dal punto di vista dei media e della comunicazione a distanza. Prima con l'avvento della televisione e poi con la nascita di Internet, il mondo dell'informazione è cambiato notevolmente. Oggi la comunicazione di notizie viaggia su molti canali e quindi ogni individuo deve rendere conto anche a ciò che legge, perché non tutto ciò che circola nasconde dietro soltanto verità. Certo che avere più fonti di informazione ci permette di avere uno sguardo a 360 gradi sulla realtà, però questa pluralità potrebbe nascondere molte insidie.

La domanda che sorge spontanea è la seguente: quanto può infliggere il concetto di disinformazione al giorno d'oggi nel vivere quotidiano degli individui?

1.1

La disinformazione, una piaga per l'informazione giornalistica

La disinformazione, ovvero la diffusione intenzionale di notizie o informazioni inesatte o distorte allo scopo di influenzare le azioni e le scelte di qualcuno, diventa quindi un paletto fondamentale per comprendere come i media al giorno d'oggi si muovono per fornire le notizie.

Gli ultimi anni sono stati molto complicati per le varie testate giornalistiche e per le varie emittenti nazionali e locali. Prima con la pandemia e poi con la guerra tra Russia e Ucraina, il mondo dell'informazione si è trasformato in una sequenza sfrenata di notizie, una vera e propria caccia all'ultima ora con l'obiettivo finale di raggiungere prima il pubblico e di conseguenza aumentare i propri guadagni. A volte, come dice un vecchio detto, la fretta è una cattiva consigliera. E lo è pure per l'informazione. A volte non ci si rende conto che in TV, nei giornali e online, alcune notizie sono pubblicate senza un vero e proprio fondamento, soltanto per il puro piacere di essere arrivati prima.

Ritornando alla pandemia da Covid che ha sconvolto non solo le persone di tutto il mondo ma anche le varie testate giornalistiche, queste ultime hanno svolto un grande ruolo non solo di diffusori di notizie ma anche di supporto agli individui in difficoltà. Ebbene sì, quella che ormai ci siamo lasciati alle spalle è stata proprio una pandemia, ma anche una "infodemia", come annunciato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità. Mentre la variante Omicron imperversava in diverse parti del globo, fonti precedentemente identificate per diffondere disinformazione continuavano a propagare dichiarazioni mendaci, fuorvianti e prive di validità riguardo ai vaccini contro il Covid-19.

A febbraio 2022 inizia la guerra in Ucraina. Nel corso dei mesi successivi, centinaia di narrazioni false e ingannevoli riguardanti la guerra, il governo e la società ucraina, così come i loro alleati, hanno invaso siti di notizie e i feed dei social network.

Per dare una spiegazione a questo processo sempre più in voga nel corso degli ultimi anni NewsGuard¹, programma che permette attraverso vari algoritmi di stabilire quali sono le notizie affidabili dalle fake news, nel 2022 ha stilato una classifica dei siti italiani di informazione che hanno pubblicato più contenuti oggetto di disinformazione. NewsGuard valuta i siti che diffondono notizie e informazioni assegnando loro un punteggio da 0 a 100, basato sul rispetto di nove criteri di credibilità e trasparenza, ai quali viene assegnato un certo numero di punti in base alla loro importanza. Un sito con un punteggio inferiore a 60 è generalmente considerato poco affidabile.

¹ Estensione per browser Internet che contrassegna le notizie e permette di riconoscere le fake news (<https://www.newsguardtech.com/it/>).

- Al primo posto troviamo Ilparagone.it. Il sito dell'ex senatore e giornalista italiano Gianluigi Paragone è stato ripetutamente responsabile della pubblicazione di affermazioni false, fuorvianti e non comprovate riguardanti la pandemia di Covid-19 e i relativi vaccini;
- Subito dietro troviamo invece Imolaoggi.it. Secondo NewsGuard, il sito di informazione con orientamento politico di destra è noto per aver diffuso contenuti falsi, fuorvianti e non verificati riguardanti il Covid-19, la guerra tra Russia e Ucraina, l'immigrazione e altri argomenti;
- Al terzo posto compare Rassegneitalia.info. Anche questo sito ha pubblicato nel corso degli ultimi anni affermazioni fuorvianti sulla pandemia da Covid-19 e sulla guerra tra Russia e Ucraina;
- Quarto posto invece per Lantidiplomatico.it. Il sito con orientamento di estrema sinistra si occupa di notizie internazionali e ha pubblicato spesso contenuti falsi e ha dato spazio alla disinformazione russa. La piattaforma ha inoltre pubblicato pochi mesi dopo la classifica di NewsGuard un articolo di risposta dal nome “NewsGuard: come un'agenzia Usa censura testate regolarmente registrate in Italia”;
- Il quinto posto se lo aggiudica invece Scenarieconomici.it. Il sito con un orientamento di destra che ha pubblicato notizie false e fuorvianti e non ha mai rivelato la sua proprietà da parte di un membro del Parlamento europeo;
- Sesto posto per Mag24.cloud. Secondo NewsGuard, il sito di notizie è gestito in modo anonimo e ha ripetutamente pubblicato informazioni false sulla pandemia di Covid-19 e i relativi vaccini e sul conflitto tra Russia e Ucraina;
- Al settimo posto incontriamo Controinformazione.info. Nel corso degli ultimi anni, questo sito ha pubblicato contenuti falsi e articoli che sostengono teorie del complotto, anche su questioni geopolitiche, sulla pandemia di Covid-19 e sul conflitto Russia-Ucraina;
- Ottavo posto per Voxnews.info. Il sito italiano è gestito in modo anonimo e pubblica regolarmente informazioni false a sostegno della sua agenda anti-immigrazione. Il sito ha pubblicato anche disinformazione sui vaccini contro il Covid-19, sulle elezioni presidenziali negli Stati Uniti e sul conflitto tra Russia e Ucraina;

- Il nono posto se lo prende invece Grandeinganno.it. Il sito gestito in modo anonimo ha pubblicato articoli con affermazioni false e teorie del complotto su Covid-19, vaccini, 5G e sul conflitto tra Russia e Ucraina;
- Al decimo posto compare Maurizioblondet.it. Il giornalista milanese negli ultimi anni ha dato spazio a informazioni false su scienza, politica e sul conflitto Russia-Ucraina.

1.2

Libertà di stampa in continuo pericolo

Il contesto mediatico è in continuo aggiornamento e di conseguenza l'ampia scelta di media su cui fruire le notizie diventa una chiave di lettura importante. Bisogna però tenere in considerazione anche un altro fattore, ovvero quello relativo alla libertà di stampa che negli ultimi anni è sempre più messa a repentaglio da molti Paesi. La libertà di stampa è in una situazione critica in un numero senza precedenti di nazioni. Reporters Sans Frontières (RSF)² ha reso noto che la disinformazione, la propaganda e persino l'intelligenza artificiale costituiscono minacce sempre più crescenti per il giornalismo. Secondo il World Press Freedom Index 2023, la libertà di stampa è messa a repentaglio in addirittura 31 Paesi del globo.

Un commento più nutrito va fatto invece per l'Italia. Dopo essere scesa dal 41° al 58° posto lo scorso anno, l'Italia sembra aver recuperato terreno. Infatti, la Penisola è riuscita a risalire nella classifica, posizionandosi nuovamente al 41° posto su 180 Paesi, recuperando così le 17 posizioni perse nel 2022. Il report annuale evidenzia che in Italia la libertà di stampa continua ad essere minacciata dalla criminalità organizzata, specialmente nel sud del Paese, e da vari gruppi estremisti violenti. Durante la pandemia, questi ultimi sono notevolmente aumentati e continuano a ostacolare il lavoro dei professionisti dell'informazione, come spiega Rsf.

² Organizzazione non governativa, fondata in Francia nel 1985, che promuove e difende la libertà di informazione e la libertà di stampa (<https://rsf.org/fr>).

Grafico 1 – Libertà di stampa nel mondo



Fonte: Reporters Without Borders.

Da quello che si può notare dalla mappa, i Paesi nordici, ovvero Norvegia (questa al primo posto della classifica), Svezia e Finlandia, hanno ottenuto i risultati maggiori in termini di libertà di stampa. Se la cavano molto peggio invece i Paesi asiatici, dalla Russia alla Cina fino ad arrivare all'India. Questi Stati hanno ottenuto i risultati peggiori, sinonimo di come la libertà di stampa sia messa a repentaglio. Secondo Christophe Deloire segretario generale del World Press Freedom Index 2023³, la guerra in Ucraina nel corso dell'ultimo anno avrebbe contribuito a “una maggiore aggressività da parte delle autorità di molti Paesi e una crescente animosità nei confronti dei giornalisti sui social media e nel mondo reale”.

Secondo l'indice 2023, la situazione per la libertà di stampa nel mondo è:

- Molto grave in 31 Paesi;
- Difficile in 42 Paesi;

³ Indice della libertà di stampa: classifica che monitora e compara la libertà di stampa all'interno dei Paesi del mondo (<https://rsf.org/en/index>).

- Problematica in 55 Paesi;
- Buona in 52 Paesi;
- Soddisfacente in 52 Paesi.

1.3

Il duro rapporto tra media e democrazia

Chiedersi se oggi la democrazia è sancita dai media è lecito. La mole di notizie che viene diffusa al giorno d'oggi è importante, considerando anche l'ampia scelta di mezzi di comunicazione e di informazione a disposizione degli individui. Oggi l'informazione naviga molto più velocemente grazie all'avvento del digitale, che si sfrutta ormai abitualmente con l'ausilio di computer e smartphone. L'informazione cardine rimane però quella televisiva che, nonostante la larga diffusione dei dispositivi mobili, non ha per nulla perso la propria capacità di informare le persone. Ormai è assodato che l'Italia è considerato un Paese democratico dal punto di vista legislativo e governativo, ma un dubbio sorge spontaneo. Come la democrazia possa avere riscontro all'interno dei mezzi di informazione? I cittadini possono rimanere tranquilli e fiduciosi su come le notizie vengono diffuse all'interno delle principali tv generaliste e locali? Domande su cui le risposte possono essere molteplici. Uno sguardo d'insieme lo offre sicuramente il Media for Democracy Monitor (MDM)⁴, un progetto di ricerca promosso da un gruppo di ricercatori europei che ha fornito una misurazione dello stato di salute attuale dei mezzi di informazione di alcuni paesi europei ed extra europei, tra cui l'Italia, studiando il ruolo attuale del giornalismo all'interno delle democrazie internazionali.

Prima però è utile dare uno sguardo alle problematiche che sta vivendo la democrazia e come quest'ultima non sia totalmente rispettata dai vari media. Dall'inizio del ventesimo secolo, diventa evidente che la democrazia come sistema di governo non stia godendo del massimo grado di popolarità. Uno studio recente condotto dal Centre for the Future of Democracy dell'Università di Cambridge ha esaminato migliaia di son-

⁴ Progetto di ricerca che controlla in che misura i media stanno adempiendo al loro ruolo democratico (<https://euromediagroup.org/mdm/>).

daggi effettuati in vari paesi negli ultimi 50 anni, giungendo alla conclusione che l'insoddisfazione verso la democrazia stia costantemente aumentando, raggiungendo ora un picco senza precedenti su scala globale (Foa et al., 2020).

A tal proposito, il noto studioso di scienze politiche Larry Diamond (2015) coniò il concetto di "recessione democratica" per illustrare ciò che egli percepisce come una brusca interruzione nell'espansione della libertà e della democrazia nel mondo a partire dalla metà degli anni 2000. Durante la seconda metà del ventesimo secolo, molti paesi hanno progressivamente adottato elezioni libere e regolari, aumentando la responsabilità politica, la trasparenza e i vincoli al potere. Tuttavia, il crollo delle democrazie, il declino delle libertà e dello stato di diritto, e il rinforzo dell'autoritarismo rappresentano segnali chiari, secondo Diamond, che devono essere combattuti.

Da sempre una delle istituzioni che si è affacciata con il concetto di democrazia è il giornalismo, nelle più ampie sfaccettature nazionali e locali. Tradizionalmente, specialmente quello sviluppato negli Stati Uniti, il giornalismo professionale assume un ruolo fondamentale nelle democrazie, fornendo informazioni politiche affidabili e garantendo la responsabilizzazione delle figure di potere. Le società democratiche necessitano dei mezzi d'informazione per ottenere informazioni e vigilare costantemente; di conseguenza, ai mezzi d'informazione è concessa la libertà di operare senza interferenze da parte di interessi politici, economici o sociali.

Esistono evidenze empiriche che dimostrano come i mezzi d'informazione siano in grado di migliorare la qualità delle democrazie liberali. Attraverso l'analisi dei dati provenienti da oltre cento paesi, i ricercatori Aymo Brunetti e Beatrice Weder (2003) hanno riscontrato che la presenza di una stampa libera e indipendente rappresenta un fattore chiave nella riduzione della corruzione, contribuendo in tal modo a promuovere società basate sul rispetto dello stato di diritto. In sintonia con queste scoperte, l'economista della Stanford University, James Hamilton (2016), ha condotto uno studio completo sui costi e i benefici economici del giornalismo investigativo, dimostrando come la società ne trae notevoli vantaggi.

Anche i mezzi d'informazione locali rivestono un ruolo particolarmente cruciale per un dibattito politico sano. Uno studio condotto da Kübler e Goodman (2019) ha esaminato le relazioni tra la copertura mediatica e la politica locale in Svizzera, rilevando che gran parte delle variazioni nella partecipazione alle elezioni può essere spiegata

dal grado di attività del mercato dei giornali a livello locale. Più è elevata la percentuale di lettori di giornali in un comune, maggiore è il tasso di partecipazione alle elezioni in tale comune. Risultati simili sono emersi anche in altre democrazie. I mezzi d'informazione locali, seppur di dimensioni contenute, aumentano in modo significativo la probabilità che i cittadini partecipino al voto e esprimano le proprie opinioni sui candidati locali (Hayes & Lawless, 2015). In base a tali risultati, una scarsa qualità della copertura mediatica a livello locale si riflette in una minore dedizione dei politici nei confronti dei loro elettori.

Tutto ciò sta provocando una crisi non soltanto ideologica ma anche economica. Le produzioni giornalistiche stanno affrontando una costante diminuzione dei finanziamenti (sia privati che statali), con la conseguenza che interi quartieri, città e regioni rimangono prive della copertura da parte dei giornalisti professionisti (Abernathy, 2018; Pickard, 2020). Anche i mezzi d'informazione consolidati dispongono di risorse più limitate rispetto al passato, portando alla riduzione dei posti di lavoro nelle redazioni, alla contrazione dei tempi e dei budget per la copertura, e al sovraccarico del personale rimasto con una serie di compiti aggiuntivi. Oltre alla crisi finanziaria ed economica, i mezzi d'informazione devono confrontarsi con altri fattori che minano il loro ruolo nelle democrazie liberali, come ad esempio la crescente sfiducia del mondo giornalistico. Il *Reuters Institute Digital News Report*⁵ ha constatato che la fiducia nei media è in calo anno dopo anno. La principale ragione di questa diffidenza è la percezione che i media "non siano sufficientemente indipendenti dalle élite politiche o economiche".

Altro concetto da analizzare è quello relativo ai media digitali e a come l'informazione sia cambiata nel corso degli anni con l'avvento di Internet. Nel contesto della crisi dei media informativi, molti hanno riposto speranze nella tecnologia digitale per fornire in definitiva ciò di cui le democrazie hanno bisogno in termini di informazione. Fino a una ventina di anni fa, la tecnologia digitale era generalmente vista con ottimismo, anche se le voci critiche sono sempre state presenti (Miller & Vaccari, 2020). A oggi questo entusiasmo è scomparso. Il dibattito pubblico ha abbandonato la sua fiducia

⁵ Ricerca sullo stato di salute del giornalismo a livello globale, pubblicata dal Reuters Institute for the Study of Journalism (<https://www.digitalnewsreport.org>).

iniziale nei vantaggi della comunicazione in rete, al punto che persino gli esperti tecnologici non credono più nelle potenzialità della tecnologia digitale nel rafforzare la democrazia. Ci sono tante teorie che spiegano questa mancanza di fiducia nell'informazione digitale. Il modello aziendale che sta alla base degli sviluppi recenti di Internet ha dato origine a un ambiente di raccolta dati che ha reso possibile il sistema di sorveglianza più avanzato mai creato, mettendo in secondo piano la semplice volontà degli individui di informarsi (Zuboff, 2019). In secondo luogo, con l'avvento della comunicazione digitale, chiunque può promuovere contenuti informativi e giornalistici. Il concetto di "citizen journalism", ovvero di giornalismo promosso dai cittadini, è diventato centrale, creando disparità con il concetto di informazione giornalistica tradizionale.

1.3.1

Il Media for Democracy Monitor

Per questi motivi si è reso necessario fare una mappatura della situazione relativa al rapporto tra media e democrazia. All'interno del Media for Democracy Monitor viene inizialmente effettuata una distinzione tra due strutture democratiche all'interno dei media, ovvero quella liberale e quella repubblicana. Secondo i due studiosi Larry Diamond e Leonardo Morlino (2004), L'elemento liberale garantisce che i diritti degli individui e dei gruppi siano protetti dalla legge, mentre l'elemento repubblicano fa rispettare la legge e fornisce una comprensione contestualizzata dell'interesse pubblico, a cui i funzionari pubblici dovrebbero servire. In aggiunta, sebbene operino su premesse logiche diverse, entrambi i modelli ruotano attorno a due pilastri fondamentali delle democrazie: la libertà e l'uguaglianza. Indipendentemente dal modo in cui vengono abbracciati nei contesti dei modelli liberali e repubblicani, tali valori sono intrinsecamente connessi con la responsabilità e la prontezza. In più è presente un terzo valore che può essere semplificato chiamandolo "controllo". Per questo motivo, il MDM monitora le prestazioni dei media per quanto riguarda il loro contributo alla democrazia a livello dei concetti legati alla libertà, all'uguaglianza e al controllo. Nel contesto del MDM, sono stati elaborati 30 indicatori che riguardano le condizioni strutturali in tre diverse categorie. Gli indicatori nella dimensione Libertà/Informazione (F)

si concentrano sulla portata e sul consumo dei principali media informativi, sull'indipendenza del personale editoriale da influenze politiche e commerciali, sull'accesso ai mezzi di produzione per gruppi storicamente emarginati e sulle misure per prevenire abusi nella comunicazione online, come la diffusione di disinformazione e discorsi d'odio. Nella dimensione Uguaglianza/Mediazione degli Interessi (E), gli indicatori includono la quantità di diverse fonti mediatiche, la diversità dei formati delle notizie, la disponibilità di media delle minoranze e alternativi, i costi di accesso ai media, l'esistenza di meccanismi di autoregolamentazione e il coinvolgimento del pubblico nella governance e nei contenuti mediatici. Infine, le prestazioni nella dimensione Controllo (C) sono valutate attraverso indicatori come l'esistenza di organi di controllo dei media indipendenti, il grado di indipendenza dei media informativi, la trasparenza dei dati, la professionalità dei giornalisti, la formazione e la sicurezza, nonché le risorse finanziarie per l'investigazione. Per ogni indicatore, è stata formulata una domanda di ricerca e definiti i criteri corrispondenti da osservare. I dati sono stati raccolti da fonti secondarie, come ampie indagini sui media e specifici rapporti nazionali (come il *Reuters Institute Digital News Report*), nonché attraverso interviste con le parti interessate rilevanti dei principali media informativi o delle associazioni ad essi collegate, quali i sindacati dei giornalisti, i consigli dei media e i dipartimenti accademici. La valutazione del soddisfacimento di questi criteri all'interno di ciascun indicatore avviene secondo la seguente scala:

- 3 punti: tutti o quasi tutti i criteri sono soddisfatti;
- 2 punti: la maggioranza dei criteri o i criteri più importanti sono rispettati;
- 1 punto: alcuni criteri sono soddisfatti, ma in modo insufficiente;
- 0 punti: nessun criterio importante è soddisfatto.

Nel 2011, i team di ricerca del MDM hanno condotto un ampio esercizio di monitoraggio in dieci paesi, tra cui Australia, Austria, Germania, Finlandia, Lituania, Paesi Bassi, Portogallo, Svezia, Svizzera e Regno Unito. Dieci anni dopo, quindi nel 2021, è stato ripetuto il monitoraggio in nove di questi paesi (la Lituania non ha partecipato) e sono stati aggiunti altri nove alla lista, tra cui Belgio (Fiandre), Canada, Cile, Danimarca, Grecia, Hong Kong, Islanda, Italia e Corea del Sud.

Tabella 1 – Risultati monitoraggio MDM anno 2021

Paese	Punteggio Libertà (massimo 33 punti)	Punteggio Uguaglianza (massimo 30 punti)	Punteggio Controllo (massimo 27 punti)	Punteggio totale
Svezia	27	22	23	72
Danimarca	26	22	23	71
Finlandia	25	23	20	68
Regno Unito	23	23	22	68
Germania	22	24	20	66
Paesi Bassi	26	22	18	66
Canada	24	20	19	63
Corea del Sud	21	18	20	59
Austria	21	19	17	57
Islanda	24	18	14	56
Italia	17	22	17	56
Portogallo	20	18	16	54
Belgio	21	16	16	53
Svizzera	21	18	14	53
Australia	15	19	15	49
Hong Kong	19	18	13	48

Cile	18	15	14	47
Grecia	15	15	12	42

Fonte: euromediagroup.org.

Nella tabella sopra riportata è possibile notare i punteggi assegnati ai vari Paesi che sono stati oggetto della ricerca. L'Italia si è situata in una posizione bassa rispetto ad altri Paesi europei (tra cui la Svezia, la Danimarca, la Finlandia, il Regno Unito, la Germania, l'Olanda, l'Austria e l'Islanda). Si può quindi dedurre come in Italia il rapporto tra media e democrazia sia piuttosto complicato e che necessita ancora oggi di migliorie per rendere l'informazione più trasparente.

1.3.2

Il Media Pluralism Monitor: una mappatura dei rischi del pluralismo dei media

Tra i tanti strumenti che si sono adoperati nell'analizzare il concetto di pluralismo all'interno dei media si riporta anche il Media Pluralism Monitor (MPM)⁶. Il Media Pluralism Monitor (MPM) è uno strumento di ricerca progettato per identificare i potenziali rischi per il pluralismo dell'informazione nei Paesi membri dell'Unione Europea e nei Paesi candidati. Il rapporto che risale al 2021 ha coinvolto i 27 Stati membri dell'Unione Europea, nonché Albania, Montenegro, Repubblica della Macedonia del Nord, Serbia e Turchia. Questo progetto, avviato grazie a un'iniziativa preparatoria del Parlamento Europeo, è finanziato dalla Commissione Europea ed è gestito dal Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF) dell'European University Institute. L'MPM valuta i rischi per il pluralismo dei media in quattro aree principali: Protezione Fondamentale, Pluralità del Mercato, Indipendenza Politica e Inclusione Sociale. I risultati si basano sull'analisi di vari indicatori in ciascuna di queste aree tematiche.

⁶ Progetto di ricerca che valuta lo stato di salute dei media in Europa, evidenziando le minacce al pluralismo e alla libertà dei media negli Stati membri dell'Unione europea (<https://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/>).

Tabella 2 – Aree e indicatori del Media Pluralism Monitor

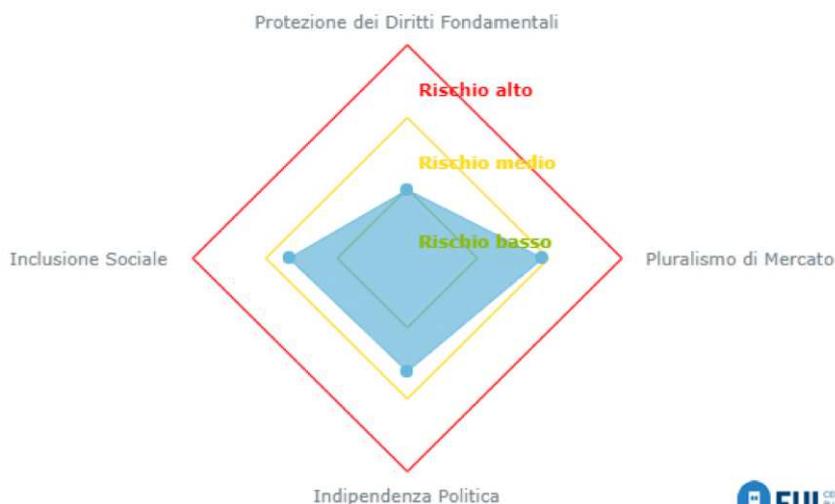
Protezione dei Diritti Fondamentali	Pluralismo di Mercato	Indipendenza Politica	Inclusione Sociale
Protezione della libertà di espressione	Trasparenza della proprietà dei media	Indipendenza politica dei media	Accesso delle minoranze ai media
Protezione del diritto all'informazione	Concentrazione dei mezzi di informazione	Autonomia editoriale	Accesso delle comunità locali/regionali e media civici
Standard e tutele della professione giornalistica	Concentrazione delle piattaforme digitali e tutela della concorrenza	Media audiovisivi, piattaforme digitali ed elezioni	Accesso delle donne ai media
Indipendenza ed efficacia dell'autorità di regolamentazione dei media	Sostenibilità economica dei media	Regolazione dei contributi e del supporto pubblico ai media	Alfabetizzazione mediatica
Copertura universale dei media tradizionali e accesso a Internet	Influenza commerciale e proprietaria sui contenuti editoriali	Indipendenza dei media di servizio pubblico	Protezione dai contenuti illegali e dannosi

Fonte: Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF).

Tutti i risultati per ciascuna area tematica sono presentati in una scala da 0% a 100% con la seguente divisione:

- Punteggi da 0 a 33%: rischio basso;
- Punteggi da 34 a 66%: rischio medio;
- Punteggi da 67 a 100%: rischio alto.

Grafico 2 – Aree a rischio del pluralismo dei media (Italia)



JS chart by amCharts

CEU
CENTRE FOR MEDIA
PLURALISM AND
MEDIA FREEDOM
MPM 2022

Fonte: Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF).

Nel contesto della Protezione dei Diritti Fondamentali, l'Italia presenta un basso livello di rischio pari al 32%. Le condizioni di base per la libertà e il pluralismo dei media sono garantite. Tuttavia, i rischi in questa area non sono principalmente legati al quadro legislativo, ma piuttosto alla sua effettiva attuazione. In particolare, si osservano rischi legati all'incremento del numero di attacchi e intimidazioni ai danni dei giornalisti, alla mancanza di adeguati meccanismi di protezione in caso di azioni legali temerarie e al deterioramento delle condizioni lavorative.

L'area del Pluralismo di Mercato presenta il rischio più elevato tra tutte le aree dell'MPM, raggiungendo il 63% (rischio medio). La trasparenza riguardo alla proprietà dei media è affidata al Registro degli Operatori della Comunicazione (R.O.C.)⁷, gestito dall'AGCOM, ma le informazioni non sono sempre accessibili al pubblico. I principali rischi in questa area derivano dalla crescente concentrazione della proprietà, sia a livello orizzontale che crossmediale, che è in aumento a causa delle strategie difensive adottate dall'industria dei media per affrontare le sfide economiche. L'alto grado di concentrazione del mercato, unito alla presenza di interessi condivisi tra le industrie dei media e altre attività, insieme alla vulnerabilità economica, contribuiscono a accentuare i rischi di influenza commerciale sull'indipendenza editoriale.

Nell'ambito dell'Indipendenza Politica in Italia, si registra un rischio medio pari al 53%, con un lieve aumento rispetto alla valutazione dell'anno precedente. L'indicatore con il livello di rischio più elevato è quello relativo all'indipendenza del servizio pubblico, un rischio causato dalle procedure di nomina ai vertici aziendali e dal sistema di finanziamento, che non garantiscono una sufficiente protezione del servizio pubblico dall'influenza politica. Altri fattori di rischio in quest'area comprendono la mancanza di normative efficaci in materia di conflitti di interesse che, unita ad altri fattori, compromette la tutela dell'autonomia editoriale.

Nell'ambito dell'Inclusione Sociale, l'Italia mostra un rischio medio del 55%. In questa area, si osserva una riduzione del rischio, attribuibile all'Indicatore sull'Accesso delle comunità locali/regionali e media civici, nonché all'indicatore sull'Accesso delle donne ai media (sebbene questo rimanga comunque a rischio elevato). Tuttavia, le minoranze

⁷ Registro unico adottato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) con la finalità di garantire la trasparenza e la pubblicità degli assetti proprietari allo scopo di garantire l'applicazione delle norme del settore quali quelle concernenti la disciplina anti-concentrazione, la tutela del pluralismo informativo o il rispetto dei limiti previsti per le partecipazioni di società estere (<https://www.agcom.it/registro-degli-operatori-di-comunicazione>).

non legalmente riconosciute, come migranti e rifugiati, continuano a incontrare difficoltà nell'accesso ai media in proporzione alla loro presenza nella società, e la loro rappresentazione spesso risulta distorta e stereotipata.

Dall'analisi si può quindi dedurre che, in confronto ad alcuni Paesi europei, l'Italia si trova di fronte a sfide significative per quanto riguarda la libertà di stampa e il consolidamento della democrazia. Benché il Paese abbia compiuto progressi notevoli nel corso degli anni, esistono ancora aree di miglioramento che richiedono un'attenzione continua e sforzi congiunti. Sul fronte della democrazia, alcune sfide persistenti richiedono un'attenzione mirata. L'efficacia delle istituzioni democratiche, la partecipazione civica e la tutela dei diritti individuali sono tutti ambiti che necessitano di costante vigilanza e miglioramento. La promozione di una cultura di trasparenza, accountability e partecipazione attiva dei cittadini può rafforzare il tessuto democratico del Paese.

In conclusione, sebbene l'Italia abbia compiuto passi in avanti nel promuovere la libertà di stampa e la democrazia, è evidente che esistono margini di miglioramento. Affrontare queste sfide richiederà un impegno continuo da parte di istituzioni, media, e cittadini stessi. Un dialogo aperto e costruttivo è essenziale per lavorare insieme verso una società più informata, partecipativa e rispettosa della diversità di opinioni.

2

Il panorama televisivo italiano ed europeo

2.1

La rimediazione

“Il “contenuto” di un medium è sempre un altro medium“
(Marshall McLuhan, “Understanding Media”)

Può essere utile richiamare, in apertura di questo capitolo, alcune delle fasi che hanno portato alla nascita degli strumenti di comunicazione di massa, soprattutto nel corso degli ultimi 30 anni. Per questo partire da una delle frasi più conosciute di Marshall McLuhan, sociologo e critico letterario canadese vissuto nel Novecento, diventa fondamentale per comprendere al meglio il fenomeno. Il famoso filosofo, studiato da moltissimi universitari all'interno dei corsi inerenti alla comunicazione di massa e al mondo digitale, ha coniato alcuni lemmi per analizzare il percorso che nel corso della seconda metà del XX secolo stavano prendendo i media tradizionali. Egli infatti è stato un promotore e un visionario della rivoluzione digitale che ha preso il via nei primi anni Novanta con la nascita della rete Internet, nonostante la sua vita sia terminata nel 1980. Con la frase riportata poc'anzi e ripresa poi da altri due autori di spicco, ovvero Jay David Bolter e Richard Grusin (1999) nel libro “Remediation: understanding new media”, si fa riferimento al concetto di rimediazione. Partendo dal fatto che i media (di ogni genere) sono in rapida evoluzione, ci rendiamo conto che il problema di interpretare un nuovo medium che entra nel mercato e di analizzare un mezzo come “nuovo” rispetto ad uno vecchio è sempre esistito. Basti pensare all'arrivo della televisione nei primi anni Trenta in Inghilterra che in realtà non ha mai sostituito la carta stampata ma ha soltanto preso spunto dal precedente mezzo di comunicazione di massa. Ma questo problema si pone con maggiore forza nel Novecento perché è in

questo secolo che le tecnologie della comunicazione si sono sviluppate più rapidamente e in maniera più preponderante all'interno del pubblico, una dietro l'altra. La difficoltà nell'interpretare le tecnologie nuove sta nel fatto che, rispetto a quelle precedenti, non possiamo avere una visione univoca delle loro ripercussioni sul pubblico di riferimento, non possiamo ancora avere una visione storica delle tecnologie odierne.

“La forma vera della radio è stata rivelata dalla tv. La forma della tv è divenuta manifesta soltanto dopo l'invenzione del computer. La forma del computer è già possibile comprenderla meglio perché siamo entrati nel mondo delle Reti. La forma delle Reti, invece, non è ancora visibile, perché non c'è nessun medium più avanzato delle Reti”.

(Bolter David, Grusin Richard, “Remediation: understanding new media”)

Ogni medium quindi è influenzato dai media che lo hanno preceduto, e si appropria di alcune funzioni e caratteristiche del media a cui fa riferimento. Ovviamente la rete che tutti noi utilizziamo quotidianamente per cercare informazioni oppure per parlare con altri individui non è un punto di arrivo ma un punto di partenza perché dalle tecnologie digitali nasceranno sicuramente nuovi mezzi di comunicazione più sofisticati che ingloberanno le caratteristiche dei precedenti.

“I nuovi media “rimodellano” i vecchi media, costruendo forme di ibridazione innovative e, allo stesso tempo, nei modi in cui i vecchi media “rimodellano” continuamente se stessi per rispondere alle sfide delle nuove forme emergenti”.

(Bolter David, Grusin Richard, “Remediation: understanding new media”)

Il contesto dei media diventa quindi una rapida rincorsa all'innovazione. Bolter e Grusin affermano chiaramente che i vecchi media elettronici e a stampa, sentendosi minacciati dalle nuove tecnologie digitali, cercano di riaffermarsi nella nuova cultura. In questo caso i media analogici cercando di crearsi una propria posizione all'interno del mondo digitalizzato. Oggi quasi tutte le reti televisive, nazionali e locali, possiedono una pagina Internet o una pagina social per dialogare in maniera più diretta con il proprio pubblico. Il concetto di engagement, ovvero di dialogo e fidelizzazione con il pubblico, oggi sta diventando sempre più bidirezionale. Lo spettatore televisivo oggi non è più soltanto passivo, sedendosi davanti al televisore a seguire le trasmissioni, ma

partecipa attivamente commentando sui social network l'ultima puntata di una trasmissione per esempio, provando a offrire nuovi spunti di riflessione alle reti direttamente interessate ai contenuti.

2.2

Gli spettatori televisivi oggi

Dopo aver fatto una rapida panoramica dei concetti che più si addicono alla rapida evoluzione che stanno sostenendo i mezzi di comunicazione di massa, ora diventa cruciale analizzare la questione dal punto di vista dei telespettatori, con un focus specifico sul nostro Paese. La televisione ha avuto una crescita o una discesa nel corso degli ultimi anni? Le reti televisive fanno bene a puntare ancora su format visibili attraverso il piccolo schermo? La platea televisiva in che misura si sta spostando verso la dimensione digitale?

Per dare una risposta a queste e ad altre domande è utile dare uno sguardo ai dati europei e italiani riguardo alle piattaforme più utilizzate oggi per informarsi. Per quanto riguarda il contesto italiano viene proposta un'analisi più approfondita utilizzando i dati Istat in merito ai telespettatori che ancora oggi si affacciano al panorama televisivo, analizzando se ci sono differenze e analogie tra il censimento permanente della popolazione dello scorso anno (2022) e il censimento effettuato nel 2002. Dando uno sguardo ai dati raccolti si possono trovare fattori interessanti.

2.2.1

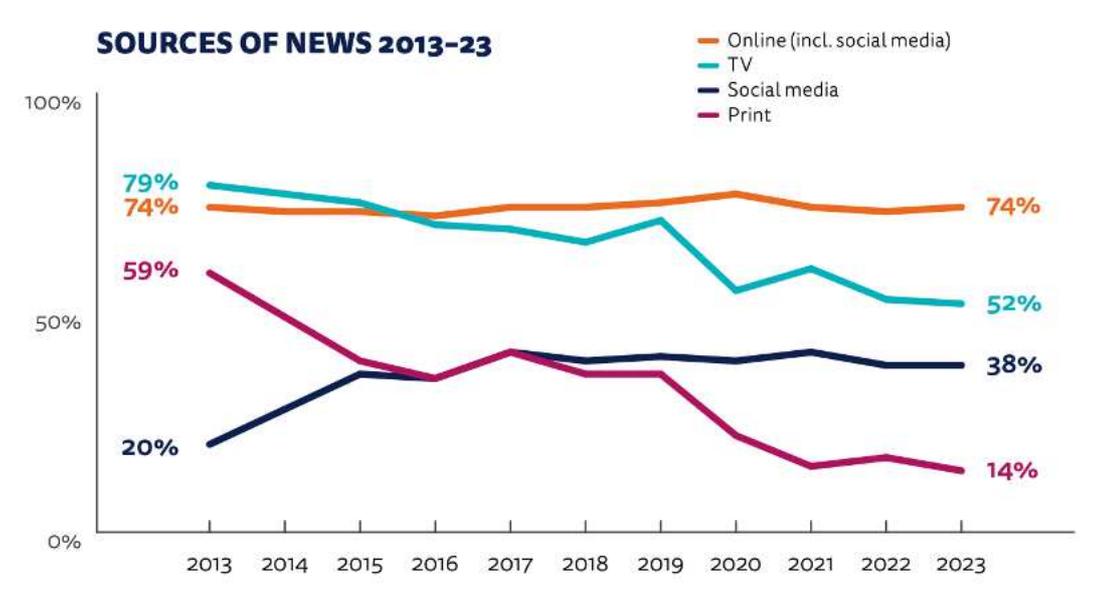
Uno sguardo europeo

Partiamo dunque dall'analisi dei mezzi di comunicazione più in voga all'interno dei Paesi dell'Unione Europea. Per completezza di informazione verranno presi in considerazione i maggiori Stati d'Europa, utilizzando i dati forniti dal Digital News Report del 2023.

Partendo dalla Gran Bretagna, che già da qualche anno ha deciso di non fare più parte dell'Unione Europea, possiamo notare alcuni dati divergenti rispetto al contesto italiano. Come riportato nell'elaborato della Reuters Institute, che da anni fornisce dati e

informazioni interessanti riguardo alla situazione del giornalismo in tutto il mondo, il panorama mediatico nel Regno Unito si contraddistingue per la presenza di emittenti pubbliche e commerciali e una stampa nazionale competitiva e diretta. Tuttavia, entrambi i settori sono sottoposti a una crescente pressione a causa dei cambiamenti nel comportamento del pubblico, della diminuzione delle entrate e dell'incremento dei costi.

Grafico 3 – Mezzi di comunicazione più utilizzati per informarsi (Regno Unito)

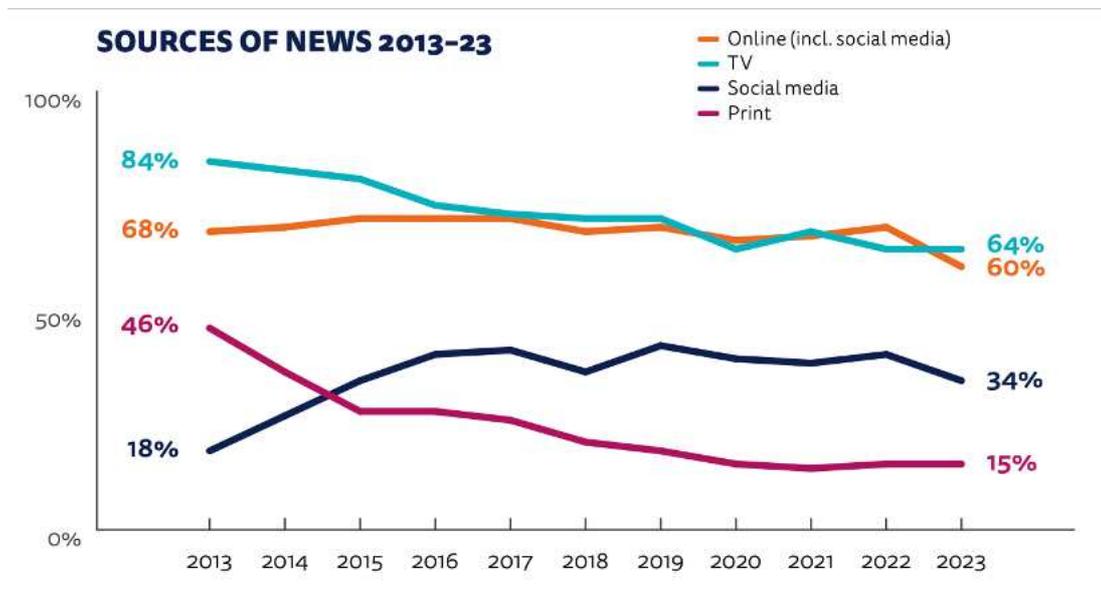


Fonte: Digital news report 2023, fornito dal centro di ricerca Reuters Institute (Regno Unito).

Quello che si può notare è che il mercato televisivo ha sostenuto una decrescita importante nel corso degli ultimi dieci anni, sinonimo che l'offerta televisiva non è riuscita a cogliere l'interesse da parte del pubblico. In compenso si nota un chiaro aumento dell'informazione fruita attraverso i moderni social network (il cosiddetto web 2.0 che permette inoltre un dialogo aperto tra chi produce notizie e chi le fruisce). Praticamente stabile invece la percentuale di popolazione che si informa attraverso i siti web delle varie testate giornalistiche. In costante discesa la carta stampata. A oggi appena un inglese su sette decide ancora di recarsi in edicola e acquistare l'informazione su carta. Diverso invece è il discorso per quanto concerne il mercato francese. Da quello che si può notare anche nel grafico sottostante e come sottolineato dalla Reuters Institute, le

società di media francesi si trovano di fronte a una significativa diminuzione dell'interesse del pubblico e a una delle percentuali più elevate di disinteresse verso le notizie. Tuttavia, alcuni attori principali del settore stanno segnalando un incremento nel numero di abbonamenti digitali, mentre nuove iniziative digitali nel campo del giornalismo investigativo e ambientale stanno emergendo.

Grafico 4 – Mezzi di comunicazione più utilizzati per informarsi (Francia)

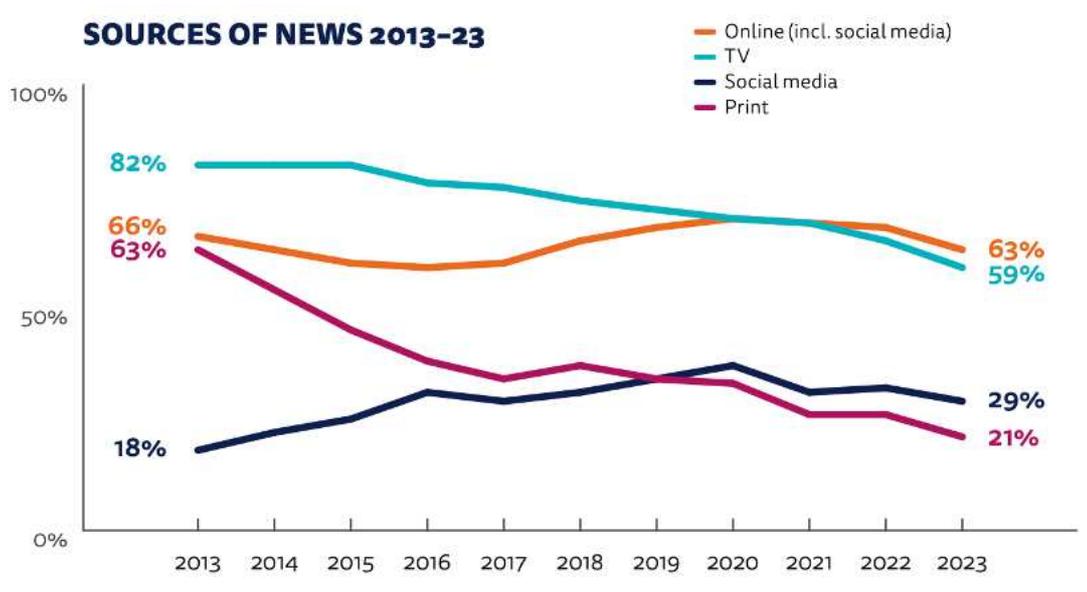


Fonte: Digital news report 2023, fornito dal centro di ricerca Reuters Institute (Francia).

Dai dati riportati si può notare come l'unica risorsa di informazione che è cresciuta è quella che riguarda i social network. Gli altri dati sono invece in decrescita, simbolo che l'informazione in Francia ha la necessità di un rinnovamento su più fronti.

Dati in netta discesa anche per quanto riguarda il mercato tedesco. Nell'ultimo anno, in Germania si è registrata una leggera diminuzione dell'interesse per le notizie, della frequenza di utilizzo e della fiducia nei media. Gli operatori commerciali stanno affrontando una fase difficile caratterizzata da una diminuzione delle vendite delle edizioni cartacee, la chiusura di diverse testate e licenziamenti di personale. Nonostante la diminuzione di audience, i servizi pubblici di broadcasting rimangono i più utilizzati per le notizie, ma sono stati colpiti da uno scandalo autoinflitto che sta spingendo verso importanti cambiamenti nella propria organizzazione.

Grafico 5 – Mezzi di comunicazione più utilizzati per informarsi (Germania)

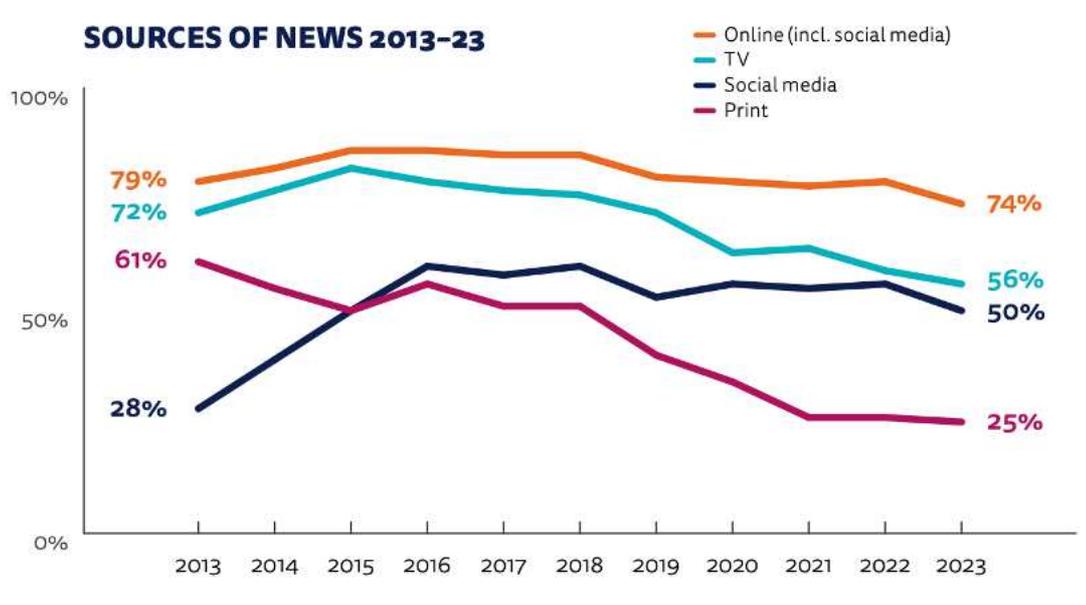


Fonte: Digital news report 2023, fornito dal centro di ricerca Reuters Institute (Germania).

Come per la Francia, anche in Germania l'unica fonte di informazione ad aver aumentato la propria percentuale di fruitori è quella relativa ai social network. Quello che stupisce è sicuramente la netta decrescita della platea televisiva, superata nel corso degli ultimi tre anni da quella online.

Un Paese che non ha avuto una grossa decrescita di soggetti che si informano attraverso la televisione è la Spagna. Il mercato delle notizie commerciali nel Paese iberico è estremamente vivace, con una concorrenza particolarmente intensa nel panorama online. I principali marchi giornalistici, come El País e El Mundo, stanno ottenendo successo con gli abbonamenti digitali, ma devono affrontare la sfida dei siti di notizie gratuite, come 20 Minutos. Le pubblicazioni nate in formato digitale stanno raggiungendo una massa critica nonostante il consumo frammentato di notizie da parte di utenti sempre più scettici e diffidenti.

Grafico 6 – Mezzi di comunicazione più utilizzati per informarsi (Spagna)



Fonte: Digital news report 2023, fornito dal centro di ricerca Reuters Institute (Spagna).

Dalle percentuali si può notare come la carta stampata anche in Spagna abbia sostenuto una decrescita importante, passando dal 61% al 25% in appena dieci anni. La TV come per gli altri Paesi analizzati ha avuto una decrescita e ora la percentuale si assesta intorno al 56%. Crescita importante per quanto concerne i social media, ormai diventati terreno fertile per la diffusione e la condivisione di notizie.

2.2.2

L'indagine Istat

Dopo aver analizzato il mondo dell'informazione giornalistica nel contesto europeo, può essere utile offrire una panoramica di come ci possano essere analogie o divergenze con l'Italia. L'indagine campionaria condotta dall'Istat dal titolo "Aspetti della vita quotidiana" fa parte di un sistema integrato di indagini sociali, le Indagini Multi-scopo sulle famiglie, e rileva le informazioni fondamentali relative alla vita quotidiana degli individui e delle famiglie. Dal 1993 al 2003 l'indagine è stata condotta ogni anno nel mese di novembre. Nel 2004 l'indagine non è stata effettuata e dal 2005 viene condotta ogni anno nel mese di febbraio. Le informazioni raccolte consentono di cono-

scere le abitudini dei cittadini e i problemi che essi affrontano ogni giorno. Aree tematiche su aspetti sociali diversi si susseguono nei questionari, permettendo di capire come vivono gli individui e quanto sono soddisfatti delle loro condizioni, della situazione economica, della zona in cui vivono, del funzionamento dei servizi di pubblica utilità che dovrebbero contribuire al miglioramento della qualità della vita. Scuola, lavoro, vita familiare e di relazione, tempo libero, partecipazione politica e sociale, salute, stili di vita, accesso ai servizi sono indagati in un'ottica in cui oggettività dei comportamenti e soggettività delle aspettative, delle motivazioni, dei giudizi contribuiscono a definire l'informazione sociale. L'indagine rientra tra quelle comprese nel Programma statistico nazionale, che raccoglie l'insieme delle rilevazioni statistiche necessarie al Paese.

Tabella 3 - % di fruitori di televisione (rilevazioni del 2002 e 2022)

Sesso	Classe di età	Rilevazione 2002	Rivelazione 2022
maschi	6-24 anni	93,6	83,8
	25-44 anni	93,6	82
	45-64 anni	95	89,8
	65 anni e più	95,7	95,1
	TOTALE	94,3	87,8
femmine	6-24 anni	95	85
	25-44 anni	94,3	84,1
	45-64 anni	95,5	90,3
	65 anni e più	94,3	94,4
	TOTALE	94,7	89
TOTALE	6-24 anni	94,3	84,4
	25-44 anni	93,9	83,1
	45-64 anni	95,3	90
	65 anni e più	94,9	94,7
	TOTALE	94,5	88,5

Fonte: Istat.

Quello che si può notare dalla tabella è che nel corso degli ultimi 20 anni, contraddistinti da una crescita dello sfruttamento della rete Internet, il numero di spettatori che seguono abitualmente la televisione è diminuito ma non in maniera drastica. Infatti dalla prima rilevazione del 2002 a quella più recente e risalente allo scorso anno, il numero di spettatori televisivi è diminuito soltanto di circa sette punti percentuali. Un altro dato interessante riguarda la suddivisione per sesso e per classi di età. Per quanto

riguarda la suddivisione tra maschi e femmine non si notano grandi differenze in entrambe le rilevazioni. Una differenza importante la si nota invece per le classi di età che nella rilevazione parte dalla popolazione giovanile (fino ai 24 anni di età) per arrivare alla popolazione anziana. Differenze maggiori si notano soprattutto nell'ultima rilevazione, quella del 2022, in cui si è assistito a un declino degli spettatori televisivi in età adolescenziale, complice la spinta delle piattaforme digitali. Diminuzione praticamente nulla quella rilevata nella fascia di età superiore ai 65 anni, sia per quanto riguarda la popolazione maschile sia per quanto concerne quella femminile.

Tabella 4 - % di fruitori abituali di televisione per Regioni (rilevazioni del 2002 e del 2022)

Anno	Territorio	Rilevazione (%)
2002	TOTALE	94,3
	Nord	94,9
	Centro	93,2
	Mezzogiorno	94,3
2022	TOTALE	88,5
	Nord	87,5
	Centro	88,9
	Mezzogiorno	89,7

Fonte: Istat.

Dalla tabella sopra riportata vengono riportati i dati relativi ai fruitori abituali di televisione negli anni 2002 e 2022 relativamente alla Regione geografica di riferimento. La prima cosa che si nota riguarda la percentuale di spettatori televisivi in diminuzione nel corso dell'ultimo ventennio. Per quanto concerne invece la percentuale inerente ai vari territori italiani non si notano grandi differenze. Possiamo dunque dedurre che la platea televisiva è diminuita, ma non in forma drastica, in tutte le Regioni italiane, senza distinzioni.

Dopo aver analizzato la platea televisiva grazie ai dati forniti dalle rilevazioni Istat, diventa utile dare uno sguardo a come il panorama digitale stia crescendo all'interno della popolazione. Per commentare questo fenomeno, vengono riportate di seguito alcune tabelle sempre fornite dall'istituto di statistica italiano, riguardanti lo sfruttamento della rete Internet da parte della popolazione italiana. Le rilevazioni prendono

sempre come riferimento due anni in particolare, in questo caso il 2001, in un'epoca in cui il digitale in Italia era ancora agli albori, e il 2021.

Tabella 5 - % di fruitori di Internet (rilevazioni del 2001 e del 2021)

Tipo dato		persone di 6 anni e più per utilizzo di Internet e frequenza di utilizzo (in %)					
		usano Internet	tutti i giorni	una o più volte alla settimana	qualche volta al mese	qualche volta all'anno	non usano Internet
Anno	Classe di età						
2001	6-24 anni	45,16	8,04	24,62	8,12	4,42	51,70
	25-44 anni	39,45	12,35	18,70	5,30	3,05	57,85
	45-64 anni	14,40	3,97	6,83	2,20	1,37	83,27
	65 anni e più	1,60	0,70	0,55	0,15	0,20	96,10
	TO-TALE	27	7,1	13,4	4,1	2,4	70,3
2021	6-24 anni	95,34	83,70	10,58	0,80	0,40	3,82
	25-44 anni	92,55	82,45	9,15	0,60	0,35	6,15
	45-64 anni	83,37	65,77	15,17	1,53	0,87	15,03
	65 anni e più	36,75	23,45	10,70	1,50	1,05	60,25
	TO-TALE	77,1	63,4	11,8	1,1	0,7	21,2

Fonte: Istat.

Dalla tabella sopra riportata è interessante notare come il panorama di Internet sia entrato in maniera preponderante all'interno della vita delle persone. Nel corso degli ultimi venti anni la percentuale di individui che utilizzano Internet è aumentata in maniera considerevole, soprattutto per quanto concerne la fascia di età giovanile (dai 6 ai 24 anni). Dal 2001 al 2021 la percentuale di giovani che usano abitualmente la linea Internet è praticamente raddoppiata. Quello che stupisce è anche la percentuale relativa alla popolazione anziana che negli ultimi anni ha nutrito grandi aspettative grazie

all'utilizzo delle piattaforme digitali, le quali possono essere di notevole aiuto sotto molti aspetti.

Tabella 6 - % di fruitori di Internet per Regione (rilevazioni del 2001 e del 2021)

Tipo dato		persone di 6 anni e più per utilizzo di Internet e frequenza di utilizzo (in %)					
		usano Internet	tutti i giorni	una o più volte alla settimana	qualche volta al mese	qualche volta all'anno	non usano Internet
Anno	Territorio						
2001	TOTALE	27	7,1	13,4	4,1	2,4	70,3
	Nord	30,7	8,4	15	4,6	2,7	67,3
	Centro	30,2	8,2	15	4,3	2,7	66,5
	Sud	20,7	4,9	10,5	3,4	1,9	76,2
2021	TOTALE	77,1	63,4	11,8	1,1	0,7	21,2
	Nord	79,1	65,3	11,9	1,1	0,7	19,4
	Centro	79,6	65,9	12,1	1	0,7	19,4
	Sud	72,9	59,5	11,5	1,2	0,7	24,7

Fonte: Istat.

Anche in questa tabella si può notare come nel corso dell'ultimo ventennio l'utilizzo di Internet sia diventato preponderante. In particolare nella tabella fornita dall'Istat vengono contrapposti gli utilizzatori delle piattaforme digitali con la Regione geografica di riferimento. Dalla tabella si può notare come Internet sia utilizzato maggiormente dalle Regioni del nord e del centro Italia; al sud invece, nonostante comunque delle percentuali promettenti, i risultati sono leggermente peggiori. Questo dato è sicuramente dovuto a una scarsa estensione delle linee Internet in alcune parti della penisola. Nel corso dell'immediato futuro, gli organi competenti devono quindi trovare qualche soluzione per rimediare a questa vicenda perché, come avviene già in alcune zone del Paese e in molti Stati europei, la connessione a Internet è un elemento cruciale che non può non essere considerato dalle emittenti televisive nella diffusione dei propri contenuti.

Tabella 7 - % di fruitori che si informano abitualmente attraverso Internet (rilevazioni del 2005 e del 2022)

Tipo dato		Informazione online (in %)
Anno	Classe di età	
2005	6-24 anni	27,42
	25-44 anni	40,3
	45-64 anni	35,4
	65 anni e più	33,05
	TOTALE	36,6
2022	6-24 anni	36,06
	25-44 anni	67,05
	45-64 anni	63,77
	65 anni e più	60,10
	TOTALE	57,9

Fonte: Istat.

Concludiamo questa analisi sugli aspetti della vita quotidiana della popolazione italiana dando uno sguardo a come l'informazione nel corso degli ultimi anni si stia spostando verso una prospettiva digitale, derivata da un utilizzo, come visto in precedenza, sempre più massiccio dei dispositivi digitali, come PC, tablet e smartphone.

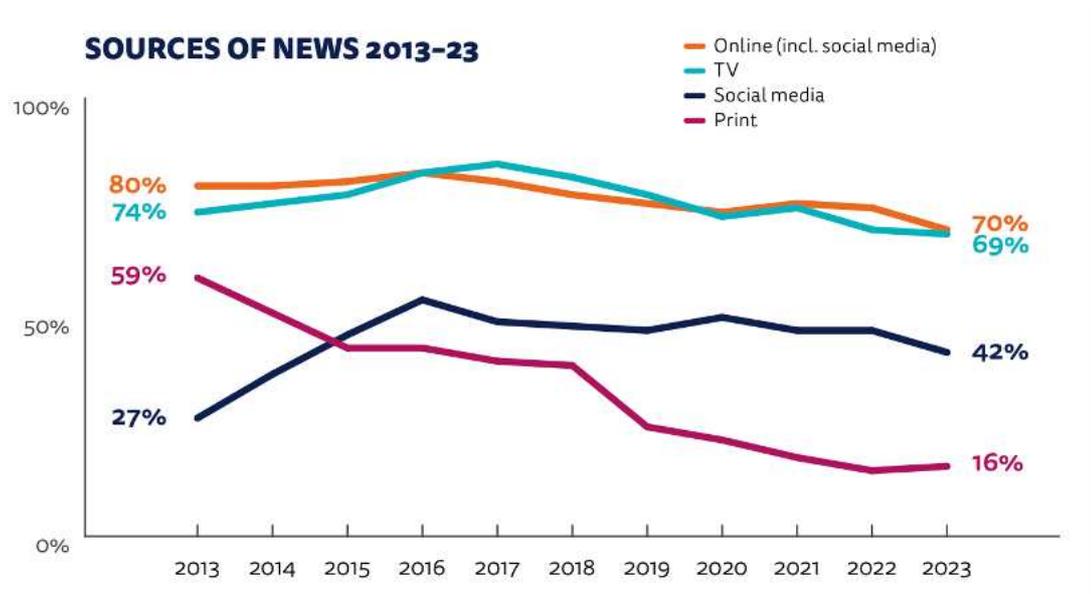
Dai dati riportati nella tabella si nota chiaramente un aumento percentuale di persone che si informano quotidianamente attraverso le piattaforme digitali. Quello che stupisce maggiormente sono i dati degli individui adulti che tendono ad abbandonare progressivamente la carta stampata e l'informazione televisiva tradizionale. Un altro aspetto riguarda invece i giovani fino ai 24 anni di età. Il digitale ha sicuramente dato uno slancio all'informazione per quanto concerne la popolazione più giovane. Oggi buona parte della fascia di popolazione giovanile sfrutta con grande frequenza i dispositivi mobili, che possono quindi dare un supporto all'informazione digitale. Questo fattore però crea disagio all'informazione tradizionale e della carta stampata in particolare, sempre più accantonata nel corso degli ultimi 20 anni.

È quindi associato che nel corso degli ultimi anni si è assistito a un passaggio da un'informazione tradizionale a un'informazione sempre più digitalizzata. Il futuro del giornalismo ormai è sui device e lo dimostra il grafico fornito dal Reuters Institute for the

Study of Journalism. Come visto per i Paesi europei, il Digital news report offre numerosi spunti sullo stato in cui vive il giornalismo nel mondo.

Dal grafico sottostante, relativo al Digital news report del 2023, vengono riportati i mezzi di comunicazione più utilizzati dagli italiani per informarsi e raccogliere le varie notizie.

Grafico 7 – Mezzi di comunicazione più utilizzati per informarsi (Italia)



Fonte: Digital news report 2023, fornito dal centro di ricerca Reuters Institute (Italia).

Dal grafico sopra riportato, si può notare come l'uso dei social media per leggere le notizie sia diminuito negli ultimi anni, ma non in maniera drastica come invece si nota per quanto concerne la carta stampata (print). Lo sfruttamento del web come fonte di informazione è ancora più del doppio rispetto alla carta stampata e, insieme all'online, è leggermente più utilizzato della televisione, che comunque rimane una fonte di informazione che non ha perso di interesse nel corso degli ultimi anni.

2.3

Le emittenti locali in Veneto

Il mondo delle tv locali sta vivendo un periodo di profonda crisi nel corso degli ultimi anni. Tanti i fattori che hanno inciso in questa decrescita, a partire dal passaggio dalla

tv analogica a quella digitale, avvenuto a più riprese tra il 2008 e il 2012. Un altro fattore chiave riguarda il passaggio al nuovo sistema di trasmissione, avvenuto nel corso del 2022. Il 15 novembre 2021 è partito infatti il rilascio della banda 700, fino a quel momento destinata soltanto al mondo radiotelevisivo, che ora è stata affiancata alla moderna tecnologia 5G, quella che permette l'accesso ai servizi online. Con questo processo si è compiuta la riorganizzazione per l'attuazione del Piano Nazionale di Assegnazione delle Frequenze, con la ripartizione di queste ultime con le emittenti televisive nazionali e locali.

Questa decisione ha messo in ginocchio numerose emittenti regionali italiane, dando vita a una vera e propria lotta per l'acquisizione delle frequenze da cui trasmettere i propri programmi. Per quanto riguarda il mercato veneto, questo ha alimentato uno switch off definitivo di alcune storiche tv private della Regione. Marchi storici come TeleCittà, La9, Serenissima, Prima Free hanno quindi cessato la propria attività, rimasta a una dimensione digitale per il momento.

Tabella 8 – TV locali del Veneto rimaste in seguito allo switch off del 2022

LE TELEVISIONI PRIVATE NEL VENETO		
CHI RESTA	CANALE ASSEGNATO	LE ESCLUSE
ANTENNA TRE VENETO	10	TELECITTA' LA TELEVISIONE DI CASA VOSTRA
TELENUOVO RETENORD	11	CAFÉTV24
CANALE ITALIA 83	12	LA9
TVA VICENZA	13	RADIO RADIO TV
RETE VENETA	14	SERENISSIMA
TELEPADOVA - ITALIA 7 GOLD	15	RADIO PITERPAN TV
TELEARENA	16	CANALE ITALIA 84
TELECHIARA	17	COMPANY TV
TNE TELENORDEST	18	RADIO ADIGE 640
TV7 TRIVENETA NETWORK	19	7 GOLD PLUS
TELEBELLUNODOLOMITI	75	68 VENETO
TELEPACE	76	TELECAMPIONE
TELEMANTOVA	77	DAVVERO TV
RADIO BIRIKINA TV	78	
TELEVENEZIA	80	
TELEROMAGNA	84	
TELESTENSE	99	
TV7 AZZURRA	88	
TELEDOLOMITI	81	
RADIO BELLA E MONELLA TV	79	
		STUDIO LIVE
		RETE 182
		PRIMA FREE
		RETE 82 PLUS
		STUDIO1
		GALAXY TV CANALE 183
		CREMONAI
		QTV
		ODEON24
		SUPERTV
		TRS 93

Fonte: Il Mattino di Padova.

Come si può notare dalla tabella sopra riportata, numerose emittenti televisive hanno dovuto chiudere i battenti in seguito al decreto ministeriale. Questa suddivisione delle frequenze è scaturita da un bando e 45 reti televisive sono state ritenute idonee: la

catalogazione è stata decisa in base ad alcuni precisi parametri: qualità della programmazione, storicità del marchio, punteggio Auditel, punteggio giornalisti e punteggio dipendenti. È uscita quindi una classifica, dove gli aventi diritto sono soltanto 21. E tutti gli altri sono stati esclusi dalla possibilità di avere una frequenza su cui trasmettere. Alcune di queste emittenti esistevano nel mercato televisivo da oltre 40 anni e di conseguenza i diretti proprietari hanno espresso malcontento per la decisione governativa.

Una mannaia sulla testa di imprenditori che negli anni hanno resistito alla crisi economica e al Covid.

Aziende che ora vengono uccise da un sistema che si vanta di mettere il lavoro al primo posto. Noi siamo arrivati sedicesimi, dunque non abbiamo più diritto di trasmettere a Padova. Ma che senso ha deportare una tv che ha sempre operato su Padova? Il senso delle tv locali è avere radici sul territorio.

(Patrizia Vassallo, proprietaria di TeleCittà, a Il Mattino di Padova).

Evidentemente si è preferito eliminare la concorrenza, che non salvaguardare il pluralismo.

(Massimo Righetto, proprietario di Radio Café, a Il Mattino di Padova).

Per terminare questa analisi è utile porre l'accento sul costo che le emittenti ritenute idonee devono versare a Rai Way, società che si occupa della diffusione del segnale radiotelevisivo in tutta Italia. Con la nuova riforma, le emittenti regionali dovranno pagare una quota di affitto pari a 50.000 euro per Mbit/s. Praticamente le società più importanti della Regione, da Telenuovo a Tv7 Triveneta, sono costrette a pagare 150.000 all'anno di affitto alla Rai.

Sono tanti quindi i fattori che hanno determinato questa situazione per le emittenti regionali. Nel corso degli ultimi anni hanno pesato e non poco gli investimenti economici per passare dalla tv analogica a quella digitale. In secondo luogo, anche la crisi economica ha comportato una diminuzione della raccolta pubblicitaria, unica vera fonte di guadagno per le emittenti.

Per questo motivo a più riprese ci si è chiesti se le tv locali avessero ancora un futuro. Per dare una risposta a questa domanda a maggio 2022 è stato organizzato un convegno a Padova organizzato dall'Associazione stampa padovana. L'evento ha cercato di dare una risposta a questa domanda, alla luce del riassetto delle frequenze per il cosiddetto

“switch off” che ha messo in crisi le emittenti private locali. Dopo la stagione pionieristica degli anni Ottanta e le prime regolamentazioni degli anni Novanta, tra cui la legge Mammi⁸ che ha garantito maggiori libertà alle testate giornalistiche locali, le tv locali sono diventate un punto di riferimento importante per i cittadini. Ma l’avvio del digitale terrestre nel 2004 e la crisi economica del 2008 e 2009 hanno provocato importanti trasformazioni che si sono riflesse anche sulla situazione occupazionale. Dopo lo spegnimento di alcuni canali e l’accorpamento di altri storici nomi dell’emittenza, il convegno ha acceso la luce sulle conseguenze dell’informazione locale radiotelevisiva.

Tra gli interventi più interessanti c’è quello di Tiziana Bolognani, componente della giunta regionale del Sindacato Giornalisti Veneto con delega all’emittenza locale, secondo cui “l’emittenza locale non è fatta solo di fibre ottiche e infrastrutture ma di persone che debbono essere in grado di rispondere alle domande che vengono dalla comunità e perché l’informazione accurata è un bene comune che va tutelato insieme al lavoro”.

Resta però da capire il fattore relativo ai ricavi delle emittenti televisive regionali. Per dare luce a quanto le varie piattaforme televisive del territorio guadagnano dalla propria attività, è utile porre in esame l’elaborazione di Confindustria Radio Televisioni riportata all’interno dell’ultimo Studio Economico del Settore Radiotelevisivo Privato Italiano⁹. L’ultima rilevazione prende in esame due anni in particolare, il 2018 e il 2019, quindi prima della riforma ministeriale riguardante la riorganizzazione delle frequenze. Dall’analisi dei dati si possono scorgere interessanti informazioni.

⁸ Legge 6 agosto 1990, n. 223. Legge liberale che agevola la convergenza tra tv, carta stampata, radio, telefonia e internet; moltiplica le possibilità di produrre, trasmettere, ricevere e interagire nel modo della comunicazione. Un provvedimento che amplia enormemente l’offerta televisiva e quindi permette un maggiore pluralismo.

⁹ Studio che si basa sull’elaborazione dei principali dati economici estratti dai bilanci delle emittenti commerciali costituite in società di capitali (https://confindustriaradiotv.it/wp-content/uploads/2022/08/CRTV_Studio_TVRadio_2022.pdf).

Tabella 9 – Ricavi totali delle TV locali (milioni di euro)

	2018	2019	Δ 2019/18
Ricavi totali	323,466	321,232	-0,7%
Ricavi pubblicitari	213,324	188,850	-11,5%
Altri ricavi	110,143	132,382	+20,2%
No. società	318	296	-6,9%
<i>Ricavi totali MEDI</i>	<i>1,017</i>	<i>1,085</i>	<i>+6,7%</i>

Fonte: Studio Economico del Settore Radiotelevisivo Privato Italiano, edito da Confindustria Radio Televisioni (2022).

Come si può notare dalla tabella, nel 2018 i ricavi totali delle società televisive locali, inclusi quelli pubblicitari e altri ricavi, erano leggermente superiori a 323 milioni di euro. Tuttavia, nel 2019, questi ricavi sono scesi a 321 milioni di euro, registrando una diminuzione di 2,2 milioni di euro (-0,7%).

Complessivamente, si nota una leggera flessione nell'intero settore che rimane sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente. Tuttavia, nel corso degli ultimi 10 anni, il valore complessivo ha subito una diminuzione superiore al 40%, equivalente a 251 milioni di euro persi dal 2010.

Nel lungo termine, le principali cause di questa tendenza possono essere attribuite alla contrazione dei ricavi pubblicitari, alla riduzione del numero di emittenti attive sul territorio e, in parte, alla progressiva riduzione dei contributi statali.

Nel 2019, i ricavi derivanti da "prestazioni e servizi", principalmente legati alla raccolta pubblicitaria, ammontano a circa 189 milioni di euro. Gli "altri ricavi", rappresentati dalle attività commerciali collaterali e dai contributi statali, raggiungono poco più di 130 milioni di euro, costituendo il 41% dei ricavi totali.

Tabella 10 – Ricavi totali per Regione, anno 2019 (milioni di euro)

No. Società	Regioni	Ricavi totali	Ricavi totali MEDI
15	VENETO	54,078	3,605
28	LOMBARDIA	53,720	1,919
17	EMILIA ROMAGNA	28,451	1,674
19	PUGLIA	27,437	1,444
28	LAZIO	25,630	0,915
34	CAMPANIA	23,065	0,678
43	SICILIA	20,734	0,482
18	TOSCANA	18,501	1,028
17	PIEMONTE	15,191	0,894
17	CALABRIA	8,672	0,510
6	SARDEGNA	8,117	1,353
8	LIGURIA	7,662	0,958
11	ABRUZZO	6,440	0,585
11	MARCHE	5,525	0,502
7	FRIULI VENEZIA GIULIA	5,448	0,778
3	TRENTINO ALTO ADIGE	4,773	1,591
3	BASILICATA	3,372	1,124
7	UMBRIA	3,056	0,437
3	MOLISE	1,289	0,430
1	VALLE D'AOSTA	0,071	0,071
296	TOTALE	321,232	1,085

Fonte: Studio Economico del Settore Radiotelevisivo Privato Italiano, edito da Confindustria Radio Televisioni (2022).

Nel 2019, su un totale di venti regioni, dodici di esse hanno registrato una diminuzione rispetto all'anno precedente. Tra le prime cinque regioni con il maggior calo rispetto al 2018, si trovano l'Emilia-Romagna e il Lazio, con rispettive contrazioni dell'1% (300 mila euro) e del 3,2% (850 mila euro), seppur di entità marginale.

Allargando l'analisi alle prime dieci regioni, che rappresentano l'86% dei ricavi totali, il numero di regioni in difficoltà aumenta a sei, includendo anche la Campania, la Sicilia, la Toscana e il Piemonte. Queste regioni insieme hanno registrato una perdita complessiva di oltre 6 milioni di euro.

D'altra parte, alcune regioni hanno ottenuto risultati positivi: il Friuli-Venezia Giulia (+15,5%), le Marche (+13,1%), la Puglia (+9,1%), il Trentino-Alto Adige (+8,2%), il Veneto (+6,3%), la Calabria (+5,2%), la Liguria (+1,4%) e la Lombardia (+0,6%). In totale, queste regioni hanno registrato un incremento complessivo di circa 8 milioni di euro.

Dalla tabella si può quindi notare come il Veneto sia in cima alla classifica per quanto riguarda i ricavi totali, considerando anche che la media dei ricavi rappresenta quasi il doppio rispetto a quella della vicina Lombardia.

C'è quindi la necessità di un approccio unitario per permettere a queste emittenti locali di rilanciarsi nel corso dell'immediato futuro.

2.3.1

I fondi

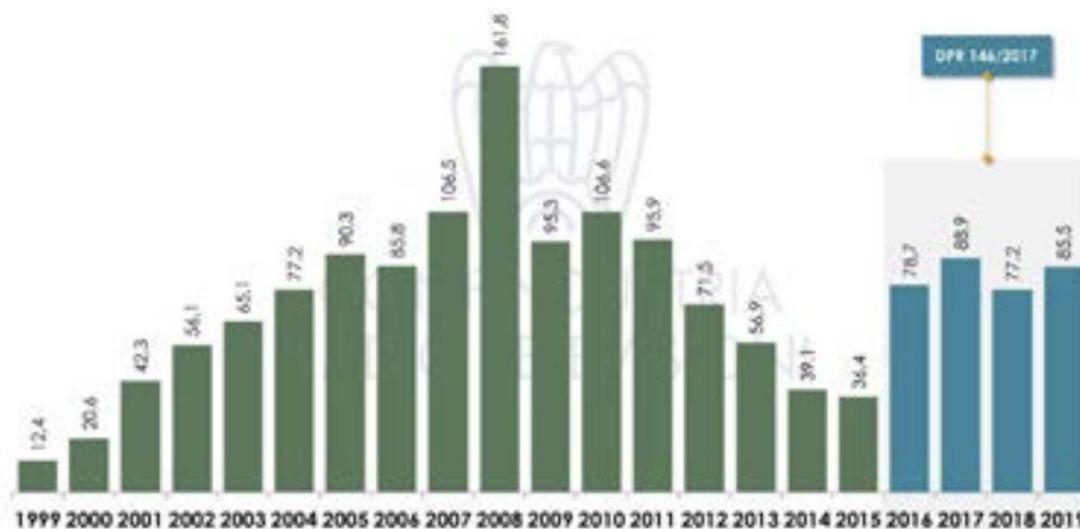
Da anni la politica italiana cerca di offrire contributi alle emittenti private locali in maniera tale che possano continuare la propria attività. Lo Studio Economico del Settore Radiotelevisivo Privato Italiano ha stilato infatti un elenco dei fondi arrivati dalla politica italiana a sostegno delle emittenti televisive private.

Dal 1999 al 2015, le emittenti televisive locali impegnate nella produzione e diffusione di informazioni sul territorio hanno ricevuto un supporto finanziario annuale fornito dallo Stato in conformità alla Legge n. 448/1998, che prevedeva misure di finanza pubblica per la stabilizzazione e lo sviluppo per le aziende.

Questo supporto finanziario è stato un elemento significativo nel bilancio delle imprese radiotelevisive locali e, in molti casi, ha contribuito a rafforzare il settore, garantendo la continuità aziendale, la stabilità occupazionale e il pluralismo dell'informazione. Tuttavia, la legge di stabilità del 2016 (L. 28 dicembre 2015 n.208) ha introdotto riforme nel sistema dei contributi pubblici a sostegno delle emittenti radiotelevisive locali, tramite l'istituzione del "Fondo Unico per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione".

Il 7 agosto 2017, il Consiglio dei ministri ha approvato il nuovo Regolamento in conformità alla legge di stabilità. Questo nuovo regolamento introduce nuovi criteri per la distribuzione delle misure di sostegno, che vengono erogate attraverso meccanismi premiali a partire dall'annualità 2016. Successivamente, lo schema del nuovo regolamento è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 12 ottobre 2017.

Grafico 8 – Fondi stanziati per l'emittenza locale (milioni di euro)



Fonte: elaborazioni Confindustria Radio TV.

Durante i 17 anni in cui è stato in vigore il Regolamento DM 292/2004, sono stati erogati complessivamente oltre 1,2 miliardi di euro di contributi statali al settore delle televisioni locali (limitate alle emittenti ammesse alle graduatorie). Durante il periodo di attuazione della legge 448, gli importi annuali erogati mostrano un andamento in crescita fino al 2008, raggiungendo un picco di oltre 160 milioni di euro, per poi diminuire significativamente a partire dal 2009.

La nuova regolamentazione ha previsto l'assegnazione di oltre 78 milioni di euro per l'anno 2016, rappresentando un incremento del 116% rispetto al 2015. Inoltre, per il 2017, sono stati stanziati circa 89 milioni di euro, evidenziando un aumento del 12,9% rispetto all'anno precedente.

2.4

Il digitale: possibile fattore di rinascita delle TV locali?

Nel corso della prima parte del capitolo è stata effettuata un'analisi accurata sui fattori che hanno inciso nella vita delle TV locali nel corso degli ultimi anni. Il panorama mediatico è cambiato notevolmente nel corso dell'ultimo decennio, in cui a una decrescita, anche seppur lenta delle persone che guardano la televisione, si è contrapposto

un aumento considerevole per quanto concerne l'informazione tramite le piattaforme 2.0, tra cui il web e i social network.

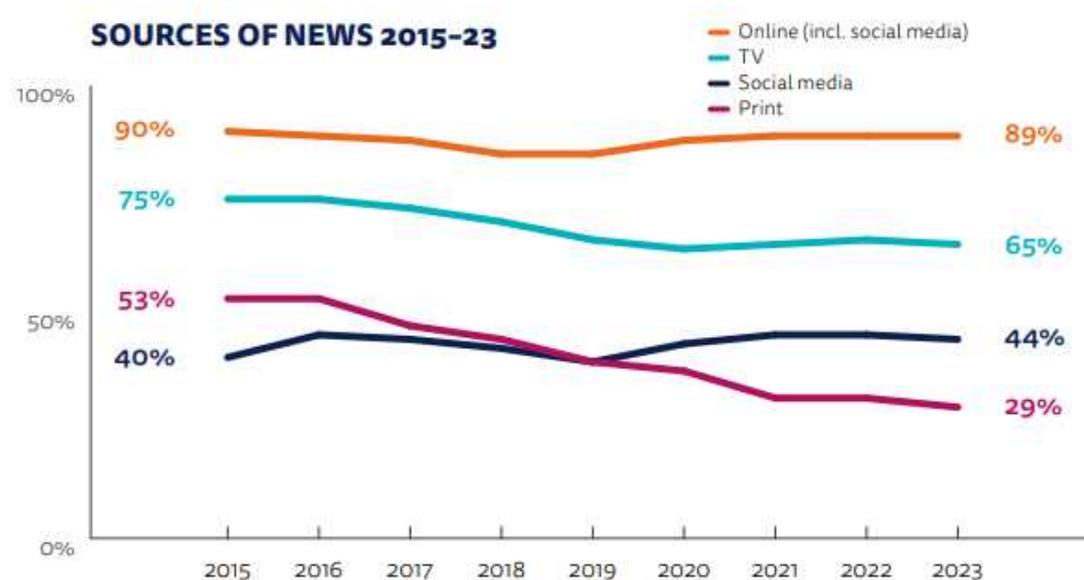
Molti studiosi nel corso degli ultimi anni si sono chiesti se il digitale possa dare una mano al rilancio delle piccole realtà televisive locali. Anche Leen d'Haenens, professoressa ordinaria all'Institute for Media Studies (IMS) di Lovanio, e grande esperta nell'ambito dei temi giornalistici, ha provato a dare qualche spunto di riflessione su quali fattori possono incidere. In uno dei suoi scritti, *Innovation in journalism*, pubblicato all'interno del libro "Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021", d'Haenens prende spunto dal Media For Democracy Monitor del 2021, progetto di ricerca che monitora in che misura i media stanno adempiendo al loro ruolo democratico di diffusione delle notizie. Utilizzando i dati e i risultati del progetto di ricerca Media for Democracy Monitor (MDM) del 2021, il testo affronta l'argomento dell'innovazione tecnologica nel giornalismo e come essa influisce sui formati e i metodi giornalistici, la produzione e la distribuzione delle notizie. I dati provengono da fonti secondarie e interviste con le parti interessate, dalle testate giornalistiche al pubblico. Il capitolo si organizza in tre parti: presenta una narrazione sull'innovazione tecnologica nel giornalismo e nel settore dei media, analizza come la tecnologia possa aiutare le testate giornalistiche e le organizzazioni mediatiche nella produzione, modifica e promozione dei contenuti, e discute dell'innovazione tecnologica guidata dal pubblico e di come possa dare potere a quest'ultimo.

Questo capitolo si basa sull'indicatore riguardante la diversità dei formati delle notizie (E3) del progetto di ricerca MDM come caratteristica della pluralità delle informazioni. La diversità dei formati delle notizie è considerata una delle manifestazioni del concetto di innovazione nel giornalismo, che è legata all'innovazione tecnologica, allo sviluppo del finanziamento e delle entrate e alla creatività nei confronti di un pubblico con aspettative sempre crescenti. Vengono quindi forniti molti esempi di buone pratiche di innovazione nel giornalismo nei Paesi che partecipano al progetto MDM del 2021, ma anche oltre, e si discute del ruolo che la tecnologia svolge per giornalisti, aziende mediatiche e dei diversi modi di sviluppo delle entrate.

Per dare una spiegazione a ciò, la studiosa ha preso in considerazione una delle ricerche effettuate dal MDM nel 2021. In pratica, a ogni Paese europeo è stato dato un

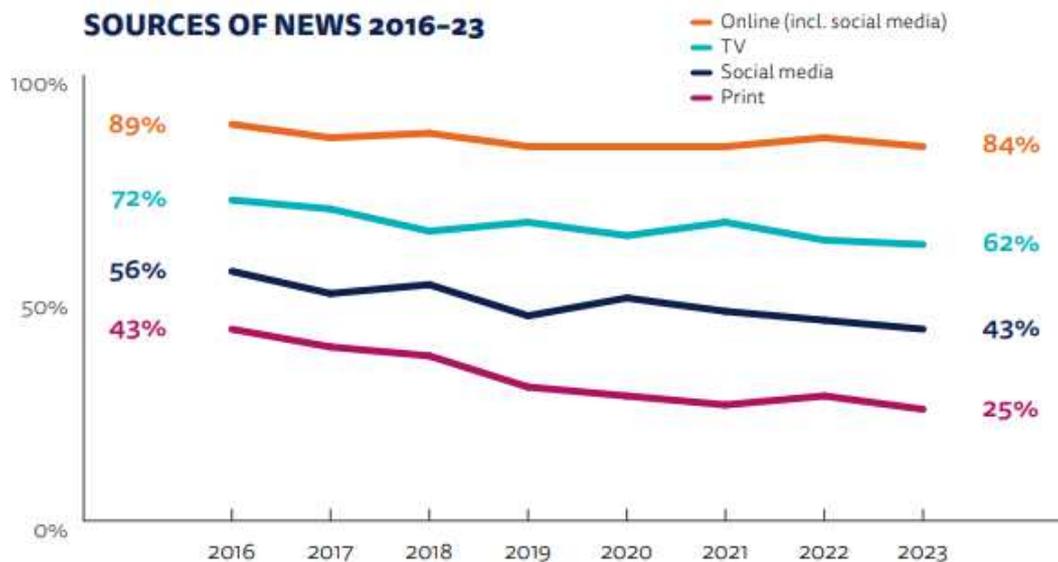
punteggio (da 1 a 3). Questo punteggio deriva da come le notizie locali, nazionali e internazionali vengono diffuse attraverso diverse piattaforme, tra cui media tradizionali come televisione, radio e stampa, ma anche formati digitali come podcast, feed di notizie sui social media, brevi video e visualizzazioni dei dati. I paesi nordici come Finlandia, Danimarca, Islanda e Svezia, insieme ad Austria, Germania e Paesi Bassi, ottengono il punteggio più alto (3 punti) perché la diffusione delle notizie si basa su una varietà di strumenti mobili e digitali.

Grafico 9 – Mezzi di comunicazione più utilizzati per informarsi (Finlandia)



Fonte: Digital news report 2023, fornito dal centro di ricerca Reuters Institute (Finlandia).

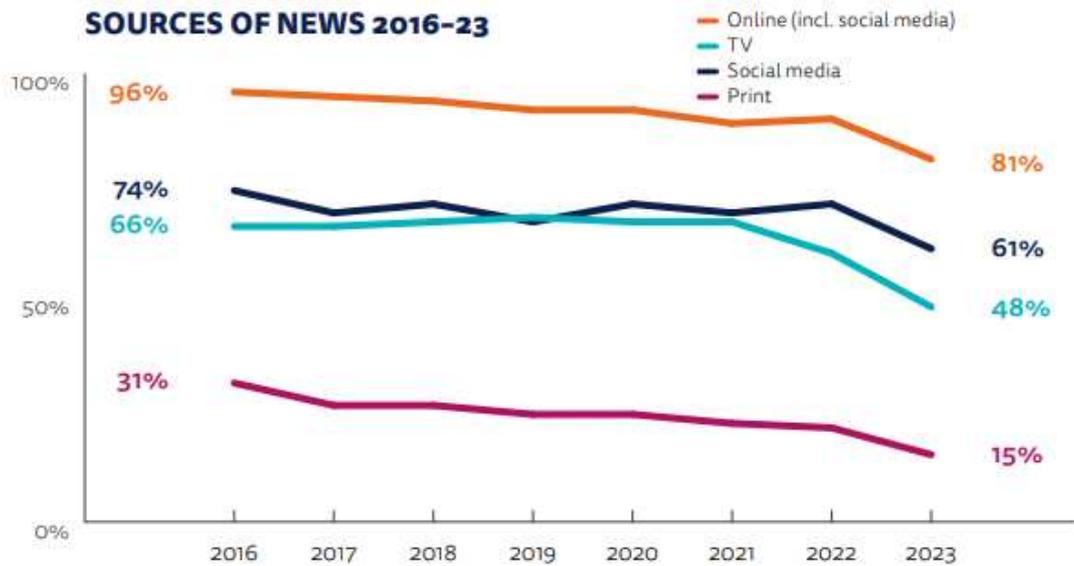
Grafico 10 – Mezzi di comunicazione più utilizzati per informarsi (Svezia)



Fonte: Digital news report 2023, fornito dal centro di ricerca Reuters Institute (Svezia).

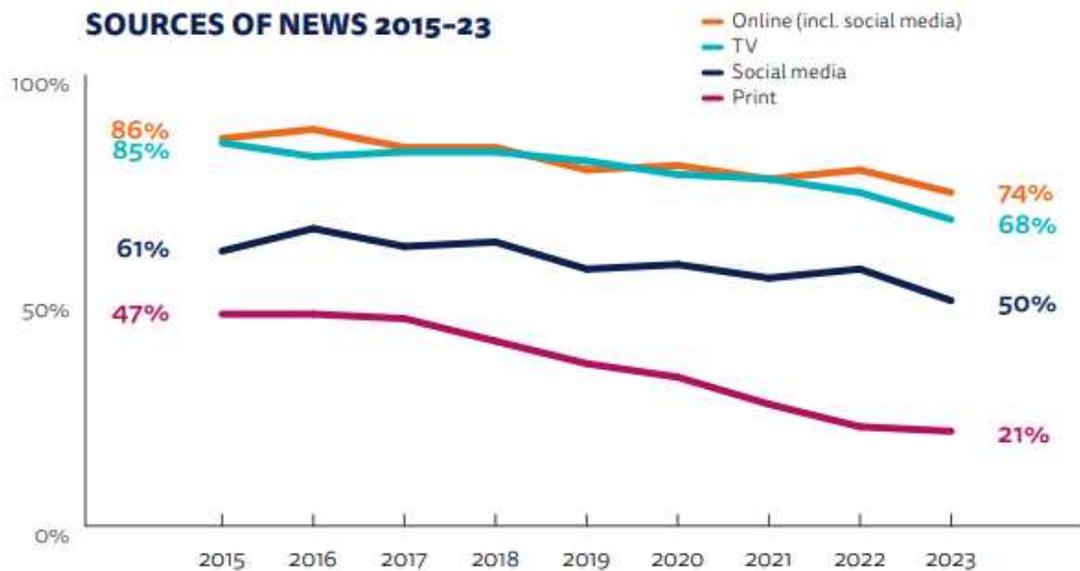
Come si può notare dai grafici sopra riportati, i Paesi che hanno ottenuto un punteggio più alto sono anche quelli in cui la percentuale di fruitori della TV come fonte di informazione rimane ancora alta. La percentuale in entrambi i casi non è diminuita drasticamente nel corso degli ultimi dieci anni, sinonimo che l'innovazione tecnologica può essere un fattore chiave per il rilancio del mondo televisivo nazionale (e locale). In Europa, i paesi dell'Europa meridionale come Grecia e Portogallo ottengono il punteggio più basso (1 punto) in termini di diversità dei formati delle notizie, a causa della maggiore omogeneizzazione rispetto alla diversificazione dovuta al declino degli investimenti nel giornalismo.

Grafico 11 – Mezzi di comunicazione più utilizzati per informarsi (Grecia)



Fonte: Digital news report 2023, fornito dal centro di ricerca Reuters Institute (Grecia).

Grafico 12 – Mezzi di comunicazione più utilizzati per informarsi (Portogallo)



Fonte: Digital news report 2023, fornito dal centro di ricerca Reuters Institute (Portogallo).

Dai due grafici si può notare come per quanto riguarda i Paesi dell'Europa meridionale ci sia stato un importante decremento relativamente all'informazione televisiva. Nel corso degli ultimi sette anni in Grecia si è assistito a una riduzione di quasi venti punti

percentuali dell'informazione attraverso la TV e ciò significa che il digitale e l'innovazione tecnologica non sono stati sfruttati appieno dalle varie emittenti. Buona parte dei Paesi mediterranei, Italia inclusa, hanno quindi la necessità di sfruttare le dinamiche e le caratteristiche proprie del digitale, con l'obiettivo di rilanciare o quantomeno tamponare gli effetti di una crisi che porterebbe alla chiusura di molte emittenti televisive locali.

In Italia, nonostante le evoluzioni nel panorama mediatico e la crescente presenza di piattaforme digitali, la televisione tradizionale continua a mantenere un significativo seguito. Tuttavia, le emittenti televisive locali si trovano attualmente ad affrontare una crisi che richiede una risposta adeguata per garantire loro sostenibilità nel contesto del cambiamento digitale. La televisione, con la sua capacità di raggiungere un vasto pubblico, continua a essere una fonte primaria di informazione e intrattenimento per molte persone in Italia. La forza di questo medium risiede nella sua capacità di fornire contenuti diversificati che rispecchiano le esigenze e gli interessi delle comunità locali. Per affrontare questa crisi, è dunque essenziale considerare l'importanza delle emittenti locali nel mantenere viva la connessione tra i cittadini e le loro comunità.

Pur riconoscendo che la televisione in Italia mantiene ancora un forte seguito, è cruciale affrontare la crisi delle emittenti locali con un approccio proattivo e risorse adeguate, creando una sinergia tra le istituzioni e le emittenti stesse.

3

Dentro la crisi: possibili soluzioni per rilanciare l'emittenza locale

3.1

Le decisioni del Governo italiano

I dati che abbiamo visto nel corso dell'elaborato parlano chiaro. L'Italia nel corso degli ultimi anni ha fatto un balzo in avanti per quanto riguarda la libertà di espressione, anche se paragonando questi risultati con quelli di altri paesi (perlopiù europei) i passi da compiere sono ancora molti. L'Europa ha quindi un ruolo fondamentale per mettere freno a una questione di pluralismo informativo che in molti Paesi è alla deriva. Le decisioni sul possibile tamponamento degli effetti di questa crisi del pluralismo devono arrivare anche a livello nazionale e locale.

Prendiamo quindi in esame il contesto italiano. Da anni il governo del Paese ha stanziato numerosi fondi, soprattutto finanziari, per arginare questa crisi del pluralismo dell'informazione.

Tra gli esempi più lampanti si riporta il decreto firmato nel 2021 dall'ex ministro dello sviluppo economico Giancarlo Giorgetti. Il periodo sopra citato è stato contraddistinto dalla pandemia da Covid-19 che a livello nazionale ha dovuto accollarsi numerose responsabilità. Un ruolo fondamentale lo hanno giocato i media nazionali che grazie a comunicazioni sociali e istituzionali hanno indirizzato l'evoluzione del tema, dall'invito a indossare le mascherine a mantenere le distanze di sicurezza tra individui per evitare la diffusione del virus.

Anche le emittenti locali sono state di grande ausilio per la questione. Per venire incontro anche ai telespettatori delle tv regionali, l'ex ministro Giancarlo Giorgetti ha firmato un decreto che prevedeva l'allocazione di ulteriori 20 milioni di euro a sostegno

delle emittenti radiotelevisive locali. “Queste emittenti si impegnano a diffondere messaggi di carattere istituzionale, con l'obiettivo di informare sia i cittadini che le imprese sulle misure messe in atto per affrontare l'emergenza legata al Covid e per stimolare la ripresa dell'economia nazionale”. Questa la notizia divulgata tramite il sito ufficiale del Ministero dello Sviluppo Economico. La somma destinata alle emittenti locali del territorio italiano si è aggiunta ai 50 milioni già destinati per lo stesso scopo nel 2020. Nel decreto era riportato che “Le emittenti radiotelevisive locali beneficiarie si impegnano a trasmettere all'interno dei propri spazi informativi i messaggi di comunicazione istituzionale relativi alle misure adottate dalle autorità pubbliche per fronteggiare l'emergenza di sanità pubblica e per superare la crisi economica causata dalla pandemia COVID-19 che saranno resi disponibili dal Ministero dello sviluppo economico”. Concretamente, i messaggi pubblicitari, creati direttamente dal governo attraverso il Ministero dello Sviluppo Economico (Mise), dovevano essere diffusi all'interno delle sezioni informative delle emittenti, ossia durante le trasmissioni dei notiziari televisivi e delle edizioni radiofoniche dei giornali, questo per abbracciare una platea televisiva locale e regionale.

3.1.1

Le proteste di REA

Il fattore della libertà di pensiero a livello radiotelevisivo ha ottenuto discussioni ad ampi livelli. Tra le associazioni che più di tutte hanno voluto chiedere una risposta sul settore televisivo c'è REA¹⁰ (Associazione delle emittenti televisive e radiofoniche locali dei Paesi dell'Unione Europea). Ad oggi in questa associazione fanno parte più di 420 emittenti radiotelevisive. REA è nata per trovare risposte alle seguenti ragioni:

- Creare un'autentica organizzazione sindacale nel campo radiotelevisivo, in grado di formulare progetti per favorire la crescita delle aziende;
- Condurre una lotta all'interno delle Istituzioni e del Parlamento al fine di attuare una riforma radicale della legislazione ingiusta nel settore;

¹⁰ Associazione delle emittenti televisive e radiofoniche locali dei Paesi dell'Unione Europea, nata con l'obiettivo di tutelare il settore della comunicazione locale (<https://www.reasat.eu>).

- Avere a disposizione un'organizzazione in grado di offrire soluzioni concrete alle sfide quotidiane degli editori locali attraverso professionisti competenti, come ingegneri, avvocati, commercialisti, tecnici di manutenzione, installatori di impianti, esperti di marketing, e così via. REA è stata la pioniera nell'introdurre il Bollettino telematico "INFORMAZIONE RADIOTELEVISIVA", raggiungendo 1330 editori radiotelevisivi, 800 Parlamentari, associazioni di settore, ispettorati territoriali, l'Autorità Garante, stampa nazionale e locale, nonché operatori e manutentori del settore, e aziende italiane attive nella stessa area;
- Far affermare al più presto la tecnologia digitale (DAB-T e DVB-T2) nell'emittenza locale;
- Consolidare le risorse delle emittenti locali italiane ed europee al fine di potenziare, ottimizzare e armonizzare la legislazione e le normative tra i diversi Paesi dell'Unione Europea;
- Sgravare l'emittenza radiotelevisiva locale dagli elevatissimi costi della auto-produzione di qualità;
- Migliorare la qualità delle produzioni delle emittenti locali;
- Far conquistare all'emittenza locale, tramite la tecnologia digitale e satellitare, un più vasto mercato pubblicitario; REA è stata fondata da editori radiotelevisivi, da note aziende di consulenza e assistenza operanti nel settore e da imprese di installazione e manutenzione di impianti radiotelevisivi, da imprese di pubblicità, da imprese di produzione e distribuzione di programmi radiotelevisivi.

Secondo quanto riportato dall'articolo 3 dell'Atto Costitutivo, REA non possiede scopi di lucro nelle sue attività, comuni a tutte le emittenti televisive che ne fanno parte.

Promuovere, difendere e consolidare la libertà d'impresa nei Paesi della Comunità Europea nel settore della comunicazione radiotelevisiva locale via etere e via cavo; di sostenere l'attività delle imprese radiotelevisive locali e delle imprese di produzione e distribuzione di programmi attraverso iniziative di carattere legislativo, culturale e di aggiornamento professionale; di promuovere la buona qualità della programmazione radiotelevisiva con particolare riguardo all'informazione, alla cultura e allo spettacolo attraverso patti interaziendali, consortili o di syndication.

(Articolo 3 dell'Atto Costitutivo di REA)

In seguito allo switch off, ovvero alla cancellazione di numerose emittenti private nel marzo 2022, REA ha deciso di prendere posizione tutelando i propri interessi. Le motivazioni sono state poste al Governo attraverso una vera e propria nota, chiedendo interventi urgenti per risolvere al più presto il problema. Ecco di seguito alcuni passaggi importanti del documento arrivati al Governo:

Secondo REA, il problema non consiste nel combattere le imprese forti o le multinazionali ma di equilibrare il sistema, dando spazio sia a chi già è cresciuto ma anche a chi deve crescere.

Purtroppo ciò che abbiamo visto è un'azione che ha portato alla chiusura di numerose emittenti, causando danni sia diretti all'occupazione che, in misura ancora maggiore, all'economia generale. Questi danni coinvolgono le realtà territoriali, le aziende locali e i prodotti tipici, che perdono visibilità.

L'Associazione per l'Emittenza Locale si impegna a contrastare questa situazione di impoverimento che sta colpendo l'intero Paese. Le piccole e medie imprese rappresentano il fulcro dell'Italia e dell'occupazione, pertanto questo è il punto cruciale del problema che le entità governative devono risolvere.

Altro punto sottolineato da REA indica che le piccole emittenti locali non dovrebbero essere considerate semplicemente imprese, ma piuttosto viste come attività culturali e sociali di primaria importanza. Svolgono la funzione di servizio informativo locale, difendendo le fasce più vulnerabili della società. È fondamentale che il settore della comunicazione locale sia regolamentato e finanziato per motivi socio-culturali, e non sia confuso con le grandi aziende editoriali che perseguono unicamente il profitto.

REA punta molto sulla libertà di espressione e di informazione, definendola calpestata in seguito alle decisioni governative.

“Le iniziative informative e culturali, qualora riescano a crescere, potrebbero in futuro diventare attività economiche profittevoli, ma questo dovrebbe avvenire solo in seguito al superamento di determinati parametri. Tuttavia, va sottolineato che l'informazione è in sé un principio costituzionale di libertà, basato su diritti umani fondamentali, che non dovrebbero essere soggetti al mercato. Non dovremmo trovarci in una società in cui la voce sia riservata solo a coloro che possono permettersela. Le emittenti locali necessitano di risorse e introiti per sostenere la loro funzione socio-culturale, non per perseguire profitti. In questa ottica, abbiamo creato un podcast in forma di brevi pillole tramite "Radio

diopirata" per riassumere la situazione”.

(Nota di REA al Governo, novembre 2022)

Attualmente, le emittenti locali stanno soffrendo poiché la loro funzione peculiare non viene riconosciuta. È fondamentale evitare di confondere il mondo dell'editoria di vasta portata con l'emittenza e l'editoria locale, al fine di garantire la libertà dell'informazione e il pluralismo delle voci.

“È un errore accostare indiscriminatamente le emittenti locali alle aziende commerciali. È essenziale destinare fondi separati, con criteri diversi, proprio per la funzione sociale e culturale delle emittenti locali, che sono complementari al volontariato e svolgono un ruolo integrativo nelle comunità locali, offrendo servizi che altrimenti rimarrebbero scoperti.

Dobbiamo impedire che un bene pubblico come lo spettro radioelettrico venga utilizzato principalmente per scopi privati, in concessioni che spesso finiscono in mano a pochissime multinazionali. Al contrario, dovrebbe essere assegnato in modo equilibrato tra finalità sociali e obiettivi di profitto. Se vogliamo davvero trasformare l'economia, è necessario abbandonare la pratica di sottrarre ai meno abbienti per favorire i ricchi e i potenti”.

(Nota di REA al Governo, novembre 2022)

3.1.2

Il DPR 146/2017

Il mondo delle tv locali è dunque in profonda crisi e di conseguenza il Governo italiano deve essere sempre pronto a vagliare nuovi sussidi per permettere a queste realtà di sopravvivere nonostante i grandi mutamenti del mercato radiotelevisivo. Per questo motivo da anni l'Europa e il Governo italiano varano supporti alle imprese televisive in difficoltà. Tra le più recenti soluzioni adottate troviamo il Decreto del Presidente della Repubblica (DPR) numero 146/2017¹¹. In pratica questo provvedimento mira a regolare gli standard di distribuzione e le modalità di erogazione dei fondi finanziari destinati al Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione¹². Questi fondi sono gestiti dal Ministero e sono destinati a sostenere le emittenti televisive e radiofoniche locali attraverso contributi finanziari ed economici.

¹¹ Regolamento concernente i criteri di riparto tra i soggetti beneficiari e le procedure di erogazione delle risorse del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione in favore delle emittenti televisive e radiofoniche locali (<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/10/12/17G00162/sg>).

¹² Fondo volto a garantire l'attuazione dei principi costituzionali in materia di libertà e di pluralismo dell'informazione a livello nazionale e locale (<https://informazioneeditoria.gov.it/it/fondi-per-leditoria/fondo-per-il-pluralismo-e-linnovazione-dellinformazione/>).

I finanziamenti statali sono assegnati alle emittenti locali, tra cui le stazioni televisive autorizzate, le radio che utilizzano la tecnologia analogica e quelle autorizzate a fornire servizi radiofonici che non impiegano la tecnologia analogica, nonché le emittenti comunitarie. Questi contributi vengono elargiti in base a criteri che considerano il supporto all'occupazione, l'adozione di innovazioni tecnologiche e la qualità dei programmi e delle informazioni, anche in base ai dati di ascolto. Ogni anno esce un bando e a partecipare sono gli operatori dell'informazione che però devono rispettare alcuni requisiti di ammissione. Per le emittenti televisive devono essere rispettati i seguenti requisiti:

- Nel caso in cui il territorio in cui vengono trasmesse le trasmissioni nell'ambito di ciascuna regione per cui è stata presentata la domanda abbia una popolazione superiore a 5 milioni di abitanti, è richiesto un numero di dipendenti pari a 14, di cui 4 devono essere giornalisti, dedicati alla fornitura di servizi media audiovisivi. Questo numero si riduce a 11, di cui 3 giornalisti, se il territorio ha una popolazione compresa tra 1,5 e 5 milioni di abitanti, e a 8, di cui 2 giornalisti, se il territorio ha una popolazione fino a 1,5 milioni di abitanti;
- Deve essere garantito l'impegno a non trasmettere programmi di televendita (limitatamente ai marchi o palinsesti per i quali è stata presentata la domanda) nelle fasce orarie tra le 7 e le 24, con una percentuale massima del 40% per la domanda del 2018. Questa percentuale si ridurrà al 30% per la domanda del 2019 e al 20% a partire dalla data di presentazione della domanda;
- È necessaria l'adesione ai codici di autoregolamentazione relativi alle televendite, alla tutela dei minori e agli eventi sportivi;
- Devono essere trasmesse, nei marchi e palinsesti per cui è stata presentata la domanda, almeno due edizioni giornaliere di telegiornali con contenuto a valenza locale nell'anno solare precedente a quello della presentazione della domanda;
- È fondamentale garantire la regolarità nel pagamento dei contributi e dei diritti amministrativi dovuti al Ministero da parte degli operatori di rete.

Anche il Veneto ha beneficiato del “Fondo per il pluralismo e l’innovazione dell’informazione”. L’obiettivo è quindi quello di aumentare il pluralismo, la libertà, l’indipendenza e la completezza dell’informazione su tutto il territorio regionale. In particolare, si mira a sostenere le emittenti radiotelevisive locali e le testate giornalistiche online locali, riconoscendo l’importante ruolo svolto da tali entità nella promozione della propria attività nel territorio. A giugno 2023 la Regione del Veneto ha emesso il bando per l’assegnazione di contributi per l’anno 2023 a emittenti radiotelevisive locali e testate giornalistiche online locali, in conformità all’articolo 11 della legge regionale n. 34 del 15 dicembre 2021 dal nome “Fondo per il pluralismo e l’innovazione dell’informazione”. Possono beneficiare dei contributi le emittenti radiofoniche locali, le emittenti televisive locali e le testate giornalistiche online che operano nel territorio della Regione. Questo sostegno, fornito sotto forma di contributo a fondo perduto, è concesso per le spese sostenute nel periodo compreso tra il 1° novembre 2022 e il 30 giugno 2023 relative a progetti di sviluppo dell’innovazione tecnologica e infrastrutturale, in particolare per piccole realtà territoriali, locali, montane o riferite a zone specifiche all’interno del territorio veneto. Per essere idonei all’ottenimento dei finanziamenti, i progetti devono anche mirare a migliorare la ricezione e/o a garantire la qualità delle trasmissioni nelle aree del territorio regionale in cui queste risultano carenti o problematiche.

3.2

L’Europa verso il Media Freedom Act

Il contesto in cui stanno vivendo le emittenti private del nostro Paese è molto complicato e incerto per il futuro. Molte associazioni (come per esempio REA che abbiamo visto poc’anzi) si sono fatte avanti per aiutare concretamente le imprese locali che operano nel settore radiotelevisivo. Il supporto italiano però non basta a colmare le criticità. Occorre quindi una valutazione a più ampio raggio per trovare soluzioni al problema. Nel corso dell’ultimo periodo si è fatta avanti anche l’Unione Europea, che

da tempo si batte per aiutare le emittenti locali nel superamento della crisi. Questo nuovo percorso prende il nome di Media Freedom Act¹³.

I media non possono essere trattati come una qualunque attività commerciale. La loro indipendenza è essenziale. L'Europa ha bisogno di una legge che salvaguardi questa indipendenza. La Commissione

presenterà il Media Freedom Act nel prossimo anno.

(Presidente della Commissione Europea Ursula von der Leyen,

State of the Union Address, 15 settembre 2021, trad. mia)

Fin dal 1992, la Commissione aveva già delineato, tramite il Libro verde sul pluralismo e la concentrazione, la sua preferenza tra tre possibili opzioni, optando per l'adozione di una direttiva o un regolamento di armonizzazione. Questa scelta mirava a eliminare le divergenze legislative tra gli Stati membri, con l'obiettivo di promuovere la concorrenza e rafforzare il mercato unico. In contrasto con questa visione, il Parlamento europeo aveva adottato una prospettiva diversa sul tema del pluralismo, ritenendo necessaria una protezione non solo in nome dell'efficienza del mercato interno, ma anche per preservare la libertà di espressione e la democrazia.

Alcuni anni dopo, nel 1995, l'allora Commissario Mario Monti decise di utilizzare due proposte che portavano il suo nome per perseguire l'obiettivo di proteggere il pluralismo dell'informazione attraverso una regolamentazione sulla proprietà dei media. La prima bozza di direttiva fu presentata nel 1996, ma le critiche avanzate da alcuni Stati membri, tra cui Germania e Regno Unito, non solo riguardarono i contenuti, ma sollevarono anche dubbi sulla stessa ammissibilità di una tale competenza da parte della Commissione. Questo portò, nel 1997, alla formulazione di una nuova proposta che abbandonava l'idea del pluralismo per concentrarsi esclusivamente sulla struttura di proprietà dei media europei.

Circa 30 anni dopo sembra che queste ipotesi possano diventare realtà. Il Media Freedom Act (EMFA) è stato presentato il 16 settembre 2022. La proposta di legge vuole introdurre un nuovo insieme di regole per promuovere il pluralismo e l'indipendenza dei media in tutta l'UE, apportando così modifiche alla Direttiva sui servizi media audiovisivi. L'obiettivo è prevenire l'interferenza politica nelle decisioni editoriali

¹³ Legge europea per la libertà dei media che prevede l'obbligo per i Paesi UE di garantire la pluralità dei media e di proteggerne l'indipendenza da interferenze governative, politiche, economiche o private ([https://www.europarl.europa.eu/thinktank/it/document/EPRS_BRI\(2022\)739202](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/it/document/EPRS_BRI(2022)739202)).

e garantire la trasparenza della proprietà dei media, sia nazionali che locali. Il progetto di legge proposto mira a proteggere i giornalisti dall'obbligo di rivelare le loro fonti e dall'uso di spyware contro di loro, ovvero di sistemi che monitorano le attività informatiche degli organi di informazione. Impone inoltre requisiti per i sistemi di misurazione dell'audience e l'allocazione trasparente della pubblicità statale. Il contenuto mediatico verrebbe meglio protetto contro la rimozione di contenuti online, e sarebbe istituito un nuovo organismo europeo per i servizi media.

Ovviamente l'obiettivo ora è quello di trovare un accordo tra la Commissione Europea e i vari Stati membri dell'UE per far diventare il Media Freedom Act realtà. Questo accordo potrebbe arrivare già nei prossimi mesi anche se già si prevedono alcune discrepanze di visione all'interno dei vari Paesi membri. Questa divisione tra la Commissione europea e gli Stati membri è particolarmente evidente nell'ambito dell'Articolo 4, il quale, più di altri articoli, disciplina il rapporto tra i mezzi di comunicazione e gli Stati membri in merito alla questione sulla sicurezza. L'assunto di base è che negli ultimi anni gli Stati europei hanno dimostrato una scarsa attenzione, se non addirittura un completo disprezzo, per il principio fondamentale della confidenzialità delle fonti, soprattutto da quando hanno adottato nuovi strumenti, come gli spyware citati in precedenza. Questi strumenti digitali sono progettati per sfruttare le vulnerabilità di altri prodotti digitali e consentono la sorveglianza segreta di individui o entità giuridiche, consentendo la raccolta, l'estrazione e l'analisi dei dati in modo clandestino. I giornalisti nel proprio lavoro devono essere tutelati e per questo motivo all'Interno dell'EMFA è presente un articolo (in particolare l'Articolo 4) che mira a rendere più sicuro l'operato degli organi di informazione. La Commissione ha quindi deciso di intervenire in questa maniera:

- I media hanno il diritto di condurre le loro attività economiche nel mercato interno senza restrizioni diverse da quelle previste dalle leggi dell'Unione Europea;
- Gli Stati membri non possono intervenire né influenzare le politiche e le decisioni editoriali dei media;
- Gli Stati membri non possono punire, mettere sotto controllo, sorvegliare, perquisire o confiscare i beni di professionisti dei media, dei loro dipendenti o dei

loro familiari, semplicemente perché essi rifiutano di divulgare informazioni sulle loro fonti, a meno che ciò non sia giustificato da un interesse pubblico dimostrabile;

- Gli Stati membri non possono installare software di sorveglianza (spyware) su dispositivi utilizzati da professionisti dei media, dai loro familiari o dai loro dipendenti, a meno che tale azione non sia giustificata caso per caso per ragioni di sicurezza nazionale o nell'ambito di indagini su gravi reati, conformemente al diritto nazionale e alle leggi dell'Unione, e solo quando tutte le altre misure possibili risultino inadeguate per ottenere le informazioni necessarie.

L'EMFA quindi potrebbe diventare un obiettivo concreto per gli Stati dell'Unione Europea, dando risposte in merito a quattro aree di intervento:

1. La prima sezione, dedicata alla "salvaguardia del mercato unico dei media dell'Unione", comprende interrogativi legati ai due pilastri su cui si fonda l'EMFA, ovvero i principi di indipendenza e pluralismo dei media.
2. La seconda area di indagine si concentra sul principio di trasparenza dei media, suddiviso in tre aspetti principali.
 - a. Il primo riguarda l'istituzione di regole uniformi sulla trasparenza delle proprietà dei media, con l'obiettivo di evitare che le differenze tra le diverse normative nazionali costituiscano un ostacolo all'accesso al mercato. Per rendere facilmente accessibili le informazioni relative ai proprietari (sia legali che effettivi) e al controllo dei media, aumentando così la consapevolezza dei cittadini sulla qualità e l'orientamento ideologico delle informazioni che ricevono, sembra che la Commissione stia considerando l'opzione di istituire un registro o un portale in cui chiunque possa immediatamente recuperare le informazioni necessarie per ottenere una visione d'insieme del mercato in questione.
 - b. Il secondo aspetto sulla trasparenza riguarda la valutazione di una serie di regole relative al controllo delle operazioni di concentrazione nei media. Queste regole potrebbero includere soglie per evitare il controllo di determinate società, restrizioni sull'ottenimento di ulteriori licenze in

settori di mercato correlati (ad esempio, televisione e telecomunicazioni), normative per valutare l'impatto delle operazioni di mercato sul pluralismo, restrizioni sull'acquisizione di proprietà da parte di soggetti fisici o giuridici non europei, nonché obblighi di notifica e di approvazione.

3. Infine, il terzo aspetto sulla trasparenza riguarda la misurazione dell'audience, un elemento cruciale per interpretare correttamente le dinamiche del mercato e prevedere le entrate pubblicitarie potenziali. Dati inaccurati o poco trasparenti sulla raccolta delle ascoltazioni o della lettura possono influenzare la posizione delle diverse imprese nel mercato e distorcere il loro grado di competitività. L'EMFA potrebbe contenere regole volte a favorire l'accessibilità dei dati sull'audience relativi ai media oggetto delle misure, nonché a stabilire standard operativi e tecnici comuni per garantire una misurazione corretta.

L'obiettivo condiviso della Commissione, del Consiglio e del Parlamento è concludere i negoziati sulla regolamentazione dell'EMFA prima delle prossime elezioni del Parlamento europeo che si terranno a giugno 2024.

Si può dunque dedurre che in Italia il sostegno alle emittenti televisive locali è cruciale per preservare la diversità mediatica e garantire l'accesso a informazioni rilevanti per le comunità locali. Nonostante le risorse destinate finora a questo settore, è evidente che gli attuali fondi non sono sufficienti ad affrontare le sfide in continua evoluzione. È necessario avviare al più presto nuove trattative tra le emittenti televisive locali, il Governo italiano e l'Unione Europea per definire strategie più efficaci e sostenibili. Le emittenti locali, da parte loro, devono essere coinvolte attivamente in queste trattative, contribuendo con idee innovative e prospettive concrete sulla situazione del settore, così da ricevere il sostegno necessario per affrontare le sfide del presente e del futuro.

Conclusione

Le televisioni locali rappresentano un elemento essenziale del panorama mediatico, poiché forniscono informazioni e programmi di intrattenimento specifici per le comunità locali. Tuttavia, negli ultimi anni, queste emittenti hanno dovuto affrontare una serie di sfide che stanno ancora mettendo a repentaglio la loro sostenibilità e la loro capacità di adempiere al ruolo essenziale e vitale che svolgono nelle comunità locali. Innanzitutto, il cambiamento nel modo in cui il pubblico consuma contenuti mediatici ha avuto un impatto significativo sulle televisioni locali. Dal punto di vista economico/finanziario, l'ascesa delle piattaforme di streaming e dei servizi fruibili via Internet ha reso più difficile per le emittenti locali competere in termini di contenuti e prezzi. Queste piattaforme offrono una vasta gamma di opzioni a prezzi competitivi, mettendo a dura prova le televisioni locali che spesso non possono competere in termini di budget e di gamma di contenuti esclusivi. Un aspetto cruciale è rappresentato dalla produzione di contenuti locali di qualità. Le emittenti locali svolgono un ruolo centrale nell'offrire informazioni rilevanti e intrattenimento alle comunità locali. Tuttavia, la necessità di mantenere redazioni giornalistiche locali e produrre contenuti di alta qualità richiede risorse finanziarie considerevoli, spesso difficili da garantire date le attuali pressioni economiche. I costi operativi elevati sono un altro elemento critico che contribuisce alle difficoltà finanziarie delle emittenti locali e che mette a repentaglio la loro sopravvivenza. Gestire una stazione televisiva richiede investimenti sostanziali in infrastrutture, personale qualificato e risorse tecniche. Questi costi operativi, spesso insostenibili in un contesto di entrate ridotte, rappresentano una sfida significativa per la sostenibilità finanziaria delle emittenti.

Altro capitolo da non sottovalutare è quello relativo alla libertà di stampa nel contesto televisivo, che continua a essere minacciata da diverse sfide, mettendo a repentaglio uno dei principi fondamentali della democrazia. Il concetto di democrazia, inteso come partecipazione equa e informata dei cittadini a informarsi e per le emittenti televisive

di informare, sembra ancora essere un traguardo lontano, poiché le barriere all'espressione libera e diversificata delle idee persistono. Nel corso dell'elaborato ci si è soffermati anche sulla concentrazione dei mezzi di comunicazione che oramai rappresenta una minaccia alla pluralità e alla diversità delle voci. Grandi conglomerati mediatici, attraverso la loro influenza e il controllo delle risorse, possono modellare il dibattito pubblico e limitare la gamma di opinioni esposte. Questo scenario può soffocare la voce delle minoranze e delle prospettive meno convenzionali, contribuendo a un panorama mediatico omogeneo e a rischio di manipolazioni. Così come le interferenze politiche e commerciali nelle decisioni editoriali sono un altro elemento di preoccupazione. Quando la gestione editoriale è sottoposta a pressioni esterne, come quelle provenienti da interessi politici o pubblicitari, la libertà di stampa è compromessa. La necessità di mantenere un equilibrio tra interessi commerciali e la fornitura di informazioni accurate e imparziali rimane un desiderio purtroppo irrealizzato. Il ruolo di Internet e delle tecnologie emergenti aggiunge un livello di complessità alla situazione. La diffusione di notizie false e la manipolazione delle informazioni attraverso le piattaforme digitali mettono in discussione la fiducia del pubblico e creano un ambiente in cui la verità è sfumata. Ciò solleva interrogativi sulla responsabilità e l'etica nella produzione e diffusione dei contenuti, ponendo ulteriori sfide alla libertà di stampa.

Il governo italiano e l'Unione Europea hanno introdotto diverse iniziative e regolamentazioni, citati all'interno dell'elaborato, per affrontare alcune di queste sfide. Tuttavia, le misure attuali potrebbero non essere sufficienti a garantire una vera e propria rinascita del mercato televisivo e la promozione di una democrazia mediatica più equa. C'è però la consapevolezza che queste misure potrebbero rappresentare solo un primo passo nella giusta direzione. Per affrontare in modo completo e sostenibile le sfide in atto, potrebbe essere necessario un impegno più ampio e collaborativo tra il Governo italiano, l'Unione Europea e le emittenti locali stesse. La costruzione di soluzioni mirate e sostenibili richiederà un dialogo continuo e l'identificazione di strategie innovative per preservare la vitalità delle televisioni locali come pilastri fondamentali della comunicazione locale.

In conclusione, mentre le sfide alla libertà di stampa persistono nel contesto televisivo, è necessario un impegno continuo per superare tali ostacoli. Le iniziative attuali sono

un passo nella giusta direzione, ma devono essere integrate da ulteriori risorse e investimenti per garantire una democrazia mediatica sana e robusta. La protezione della libertà di stampa è fondamentale per la tutela dei principi democratici e per consentire ai cittadini di partecipare in modo informato e consapevole alla vita pubblica.

Riferimenti bibliografici e sitografici

- Abernathy P. M. (2018), *The expanding news desert*. Center for Innovation and Sustainability in Local Media. <https://www.usnewsdeserts.com>;
- Badilini S., Padovese V. (2022), Pozzi G., *I 10 siti che hanno diffuso più disinformazione nel 2022 (secondo Newsguard)*, La Repubblica. https://www.repubblica.it/tecnologia/2022/12/28/news/newsguard_disinformation_monitor_2022-381034334/;
- Bolter J.D., Grusin R. (2000), *Remediation: understanding new media*, MIT Press Ltd;
- Brunetti A., & Weder B. (2003), *A free press is bad news for corruption*. Journal of Public Economics, 87(7), 1801–1824. [https://doi.org/10.1016/S0047-2727\(01\)00186-4](https://doi.org/10.1016/S0047-2727(01)00186-4);
- Carlini R., Trevisan M., Brogi E. (2022), *Il pluralismo dell'informazione nell'era digitale*. <https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/74694/MPM2022-Italy-IT.pdf?sequence=3&isAllowed=y>;
- Diamond L. (2015), *Facing up to the democratic recession*. Journal of Democracy, 26(1), 141–155. <https://doi.org/10.1353/jod.2015.0009>;
- Diamond L., & Morlino L. (2004), *The quality of democracy* [Working paper]. Center on Democracy, Development and the Rule of Law. https://cddrl.fsi.stanford.edu/publications/the_quality_of_democracy;
- Ferro E. (2022), *Nuove bande tv, ecco l'elenco di tutte le emittenti locali che chiuderanno in Veneto*, Il Mattino di Padova. <https://mattinopadova.gelocal.it/regione/2022/01/04/news/la-nuova-banda-tv-che-uccide-le-televisioni-locali-e-un-ingiustizia-1.41090583>;
- Foa R. S., Klassen A., Slade M., Rand A., & Williams R. (2020), *Global satisfaction with democracy 2020*. Centre for the Future of Democracy.

<https://www.bennettinstitute.cam.ac.uk/media/uploads/files/DemocracyReport2020.pdf>;

- Giorgione F., Veronese A., Cappuccio E. (2022), *Studio Economico Settore Radiotelevisivo Privato Italiano*. https://confindustriaradiotv.it/wp-content/uploads/2022/08/CRTV_Studio_TVRadio_2022.pdf;
- Hamilton J. (2016), *Democracy's detectives: The economics of investigative journalism*. Harvard University Press;
- Hayes D., & Lawless J. L. (2015), *As local news goes, so goes citizen engagement: Media, knowledge, and participation in US House Elections*. *The Journal of Politics*, 77(2), 447–462. <https://doi.org/10.1086/679749>;
- Kübler D., & Goodman C. (2019), *Newspaper markets and municipal politics: How audience and congruence increase turnout in local elections*. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/17457289.2018.1442344>;
- L'Indipendente (2021), *Dal Governo altri 20 milioni a radio e tv locali per "informare" sul Covid-19*. <https://www.lindipendente.online/2021/09/20/dal-governo-altri-20-milioni-alle-tv-locali-per-informare-sul-covid-19/>;
- Lo Conte M. (2020), *Coronavirus, per l'Oms ora è allarme «infodemia». E i social si schierano*, *Il Sole 24 Ore*. https://www.ilsole24ore.com/art/coronavirus-l-oms-ora-e-allarme-infodemia-ACcWnTGB?refresh_ce=1;
- McLuhan M. (1967), *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano;
- Miller M. L., & Vaccari C. (2020), *Digital threats to democracy: Comparative lessons and possible remedies*. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 333–356. <https://doi.org/10.1177/1940161220922323>;
- Ministero delle Imprese e del Made in Italy (2023), *Radio e TV - Contributi per l'emittenza locale*. <https://www.mimit.gov.it/index.php/it/component/content/article?id=2037354:contributi-per-l-emittenza-locale-la-nuova-regolamentazione>;
- Newman N., Fletcher R., Eddy K., Robertson C.T., Nielsen R.K. (2023), *Reuters Institute Digital News Report 2023*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf;

- Parlamento europeo (2023), *European media freedom act*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/739202/EPRS_BRI\(2022\)739202_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/739202/EPRS_BRI(2022)739202_EN.pdf);
- Pickard V. (2020), *Democracy without journalism? Confronting the misinformation society*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190946753.001.0001>;
- Reporters Without Borders, *Freedom of the press worldwide 2023*, <https://rsf.org/en/map-2023-world-press-freedom-index>;
- SGV Redazione (2022), *Radio e tv locali hanno ancora un futuro? Se ne è parlato con Assostampa Padova*, Sindacato Giornalisti Veneto. <https://www.sindacatogiornalistiveneto.it/assostampa-provinciali/radio-e-tv-locali-hanno-ancora-un-futuro-se-ne-e-parlato-con-assostampa-padova/>;
- Trappel J., Tomaz T. (2021), *The Media For Democracy Monitor. How leading news media survive digital transformation*. <https://norden.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1557246&dswid=-5182>;
- Trappel J., Tomaz T. (2022), *Success and failure in news media performance. Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021*. <https://www.nordicom.gu.se/en/node/41194>;
- Zuboff S. (2019), *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.