

AGCOM

## Non c'è più il dominio Tv. Riformate la par condicio

POLITICA

12\_07\_2018



**Ruben  
Razzante**



Di campagne elettorali per ora non ne sono previste, almeno su base nazionale, ma il tema della propaganda politica continua a infiammare istituzioni e addetti ai lavori e a stimolare prese di posizione anche da parte dell'Autorità per le garanzie nelle

comunicazioni (Agcom), il cui presidente, Angelo Marcello Cardani, nella sua Relazione annuale al Parlamento, è tornato sul tema.

**La legge sulla par condicio, la n.28 del 2000, secondo Cardani**, è "datata" e "richiederebbe un aggiornamento al passo con le nuove forme di comunicazione". Si tratta di una normativa emanata dal Parlamento durante i governi di centrosinistra per fronteggiare la sovraesposizione televisiva dell'allora leader dell'opposizione Silvio Berlusconi, che di lì a poco, nel maggio 2001, avrebbe poi rivinto le elezioni e sarebbe ritornato al governo del Paese. Ma il monito del Presidente Agcom alle forze politiche, affinché mettano mano a un testo di legge ormai incapace di disciplinare la materia della propaganda elettorale, considerato il dilagare di internet e dei social, non si ferma soltanto alla revisione legislativa. Al tempo delle dirette social l'Agcom richiama l'attenzione sull'importanza e la necessità del contraddittorio, soprattutto per quel che riguarda l'informazione politica. "Per il futuro –sono parole di Cardani - ritengo che, pur nel rispetto dell'indipendenza delle scelte editoriali e della libertà dei palinsesti informativi, sarebbe nell'interesse del Paese e dei cittadini disporre di una informazione e comunicazione politica più vocata al contraddittorio e alla condotta responsabile, seguendo l'esempio di altri paesi le cui Autorità codificano e vigilano su regole di comportamento nei periodi elettorali e non, con il rispetto dovuto agli organi dello Stato".

**Tuttavia, almeno per ora, la riforma della par condicio** non sembra tra le priorità di questa legislatura. L'Agcom, però, lascia intendere di non avere intenzione di restare con le mani in mano. "In assenza di regole di rango legislativo – annuncia il Presidente - l'Agcom sta provando a condurre un delicato e complesso esperimento di co-regolamentazione e di auto-regolamentazione. Abbiamo istituito a tal fine il 'Tavolo tecnico per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell'informazione sulle piattaforme digitali', che ha l'obiettivo di promuovere l'auto-regolamentazione delle piattaforme e lo scambio di buone prassi per l'individuazione ed il contrasto dei fenomeni di disinformazione online frutto di strategie mirate. In quel contesto, abbiamo adottato nel febbraio scorso le 'Linee guida per la parità di accesso alle piattaforme online durante la campagna elettorale 2018', all'esito delle quali le piattaforme digitali hanno messo a disposizione dei propri utenti alcuni strumenti di contrasto alla disinformazione online".

**C'è dunque l'inderogabile necessità di predisporre** criteri e principi validi per la diffusione di contenuti propagandistici in Rete, senza però limitare in alcun modo la libertà d'espressione. Quanto ai media tradizionali, Cardani ritiene che "nel complesso si

sia riusciti a garantire adeguatamente il principio della parità d'accesso e dell'equilibrio dell'informazione, in particolare attraverso una quotidiana opera di monitoraggio e di indirizzo". Su questo punto, in realtà, ci sarebbe qualcosa da obiettare, considerata la faziosità di molta stampa nazionale e la discutibile gestione di alcuni canali televisivi, che almeno in occasioni specifiche hanno mostrato un chiaro condizionamento extraeditoriale nelle scelte di messa in onda di determinati programmi.

**Cardani nella sua Relazione annuale si è anche soffermato** sulla lotta alle fake news, definendola essenziale per la democrazia. "L'informazione – ha detto- è un valore fondante della convivenza democratica e della libera manifestazione delle opinioni e per questo va utilizzata, costruita e diffusa con estremo rigore e cautela". Nell'ambito della e-democracy il più importante ambito di intervento è la "tutela di quel bene pubblico che è l'informazione: una informazione plurale, professionale, trasparente e verificabile nelle sue fonti, autorevole e credibile quanto ai suoi contenuti. Il contrasto alla disinformazione ed alla deriva delle fake news acquisisce senso e sostanza solo se collocato nel contesto della difesa dei principi dei nostri ordinamenti democratici".

**Non poteva mancare un riferimento al tema del conflitto d'interessi**, che il Presidente della Camera, Roberto Fico ha auspicato possa essere affrontato da questo Parlamento. Come ha ricordato Cardani, il settore televisivo resta molto concentrato, con i primi tre operatori che detengono nel 2017 circa il 90% delle risorse complessive e "quote non dissimili fra di loro": al primo posto si colloca 21st Century Fox/Sky Italia con una quota del 33% (in crescita di 1 punto); segue il gruppo Rai con oltre il 28%, pur in contrazione (-1,5 punti rispetto al 2016). Al terzo posto, con un peso pari al 28% (sostanzialmente invariato), il gruppo Fininvest/ Mediaset.

**La Relazione annuale di Cardani contiene infine** alcune indicazioni utili sull'andamento del mercato dei media e sulle diete mediatiche degli italiani. Aumenta la raccolta pubblicitaria sul web, mentre quasi tutti i mezzi tradizionali registrano un andamento negativo. La televisione perde un 2% di ricavi, ma con una significativa differenza tendenziale tra tv free (-3,5%) e tv pay (-0,2%). Boom della tv "liquida": il 2017 è stato l'anno della definitiva consacrazione della 'televisione liquida', con una stima di circa 3 milioni di cittadini che guardano abitualmente la tv in streaming e in numero 3/4 volte superiore che scaricano abitualmente contenuti televisivi sui propri device.