

# Per un'etica dell'informazione e della comunicazione

Giornalismo, radiotelevisione,  
new media, comunicazione pubblica

a cura di  
Gianluca Gardini e Pina Lalli



COLLANA  
DI DIRITTO  
E SOCIETÀ  
*Etica pubblica*

**FrancoAngeli**



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati  
possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page  
al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

# Per un'etica dell'informazione e della comunicazione

Giornalismo, radiotelevisione,  
new media, comunicazione pubblica

a cura di  
Gianluca Gardini e Pina Lalli

FrancoAngeli

Questo volume è pubblicato nel quadro e con il contributo del PRIN 2006 “Etica pubblica e interessi. Regole, controlli e responsabilità”, cofinanziato dal Ministero dell’Università e Ricerca, coordinato dal Prof. Francesco Merloni e svolto presso le Università di Perugia, Bologna, Chieti-Pescara e Torino.

*Grafica della copertina:* Elena Pellegrini

Copyright © 2009 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L’opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d’autore. L’Utente nel momento in cui effettua il download dell’opera accetta tutte le condizioni qui sotto previste. All’Utente è concessa una licenza d’uso dell’opera secondo quanto così specificato:*

1. L’Utente è autorizzato a memorizzare l’opera sul proprio pc o altro supporto sempre di propria pertinenza attraverso l’operazione di download. Non è consentito conservare alcuna copia dell’opera (o parti di essa) su network dove potrebbe essere utilizzata da più computer contemporaneamente;
2. L’Utente è autorizzato a fare uso esclusivamente a scopo personale (di studio e di ricerca) e non commerciale di detta copia digitale dell’opera. Non è autorizzato ad effettuare stampe dell’opera (o di parti di essa).  
Sono esclusi utilizzi direttamente o indirettamente commerciali dell’opera (o di parti di essa);
3. L’Utente non è autorizzato a trasmettere a terzi (con qualsiasi mezzo incluso fax ed e-mail) la riproduzione digitale o cartacea dell’opera (o parte di essa);
4. è vietata la modificazione, la traduzione, l’adattamento totale o parziale dell’opera e/o il loro utilizzo per l’inclusione in miscellanee, raccolte, o comunque opere derivate.

# Indice

**Introduzione**, di *Gianluca Gardini e Pina Lalli* pag. 9

## **Parte prima** **Etica e media nella prospettiva giuridica**

- 1. Etica privata, etica pubblica nell'esercizio del servizio radiotelevisivo**, di *Gianluca Gardini* » 15
  1. Le "emergenze etiche" del servizio pubblico radiotelevisivo. Dalla rappresentanza alla rappresentazione politica » 15
  2. Esiste un'etica del servizio pubblico radiotelevisivo? » 25
  3. La perdurante validità delle giustificazioni per un servizio radiotelevisivo "soggettivamente" pubblico » 28
  4. Le possibili alternative al modello attuale » 32
  5. Etica pubblica ed etica privata nello svolgimento del servizio radiotelevisivo » 41
  
- 2. Etica del buon giornalista e servizio pubblico radiotelevisivo**, di *Marina Caporale* » 43
  - Premessa » 43
  1. Diritti di informazione e attività giornalistica » 46
  2. L'Ordine dei giornalisti e il corretto esercizio della professione di giornalista » 50
  3. I giornalisti del servizio pubblico radiotelevisivo. L'accesso alla professione » 56

4. Il sistema sanzionatorio per i giornalisti di SPR. Conclusioni	pag. 72
<b>3. Problemi e prospettive di un sistema etico dell'internet</b> , di <i>Khelena Nikifarava</i>	» 76
Premessa: la "Governance without Government"	» 76
1. L'internet: un <i>mass medium</i> libero?	» 79
2. Lo spazio di libertà e la ricerca della legittimazione	» 86
3. Riflessi reali del mondo virtuale: due casi riguardanti la diffusione di informazioni mediante internet	» 93
Conclusioni: alcune proposte per una <i>governance</i> etica dell'internet	» 95
<b>4. Etica dell'informazione e processo penale: garanzie costituzionali e problemi epistemologici</b> , di <i>Francesco Bonamassa</i>	» 99
1. Introduzione	» 99
2. Chiarimenti sul divieto di pubblicazione	» 101
3. Cronaca e processo: i criteri di bilanciamento	» 104
4. Il giusto processo: da garanzia processuale a bene giuridico sostanziale	» 106
5. Vero e falso tra diritto di cronaca e accertamento giurisdizionale	» 109
6. Cronaca, "prove atipiche" e libero convincimento del giudice	» 112
7. Presunzione di innocenza e pregiudizi di colpevolezza	» 115
8. Conclusioni	» 117
<b>5. Etica del giornalismo e divieto di pubblicazione degli atti istruttori: brevi riflessioni sulla nuova disciplina del segreto istruttorio all'esame del Parlamento</b> , di <i>Gianluca Gardini</i>	» 129

**Parte seconda**  
**Etica e comunicazione pubblica: le regole del “mestiere”**

<b>6. Etica e comunicazione pubblica: le regole del “mestiere”</b> , di <i>Pina Lalli</i>	» 137
1. Sfera pubblica o arene pubbliche?	» 137
2. I risultati della ricerca	» 145
<b>7. La “communication publique”, entre propagande et idéal démocratique: questions éthiques</b> , di <i>Caroline Ollivier-Yaniv</i>	» 156
1. L’Etat n’est pas un annonceur comme les autres	» 157
2. L’Etat n’est pas une source comme les autres	» 161
3. Conclusion	» 167
<b>8. Mediare l’etica</b> , di <i>Renato Stella</i>	» 169
1. Introduzione	» 169
2. Etica della rappresentazione	» 172
3. Etica della regolazione	» 180
<b>9. De la difficulté des journalistes à respecter leur déontologie: une approche sociologique</b> , di <i>Cyril Lemieux</i>	» 187
1. Les journalistes du <i>Monde</i> face aux hommes politiques: des situations et leurs grammaires	» 191
2. Perspectives de comparaison historique: retour sur la question de la professionnalisation des journalistes	» 198
3. Perspectives de comparaison internationale: explorer la question des cultures journalistiques nationales	» 201
3. Prendre en compte le rôle politique des équipements matériels et de l’organisation du travail	» 203
4. Que faire?	» 206
<b>Gli autori</b>	» 209



# *Introduzione*

di *Gianluca Gardini e Pina Lalli*

I *media* veicolano informazioni, aiutano a interpretare le dinamiche della società contemporanea e, soprattutto, dettano l'agenda dei problemi e orientano le opinioni dei cittadini. Alla conoscenza diretta di ciò che ci circonda si aggiunge una conoscenza mediata di avvenimenti, difficile da controllare e verificare di persona. Inoltre, i mezzi di comunicazione di massa assicurano maggiore visibilità alle procedure decisionali e alle figure pubbliche: ciò aumenta sia il loro potere sia la loro responsabilità nei confronti dei cittadini. La "discussione pubblica", nell'accezione ampia del termine, si è in gran parte trasferita dai luoghi tradizionali di incontro, come le piazze, i caffè e le assemblee, alle arene mediatiche. Per svolgere eticamente la propria funzione, i mezzi di comunicazione di massa dovrebbero idealmente garantire informazioni complete, imparziali, varie, attendibili. Occorrerebbe quindi assicurare ai cittadini l'accesso a informazioni di diversa provenienza, al fine di permettere un vero dibattito tra fonti differenziate che, in modo aperto, si contendano le notizie da sottoporre al giudizio collettivo, e non il predominio o il monopolio del mercato dell'informazione. Occorrerebbe offrire varietà di contenuti, in grado di soddisfare i multiformi interessi presenti nella società. Allo stesso tempo, occorrerebbe prevedere meccanismi trasparenti che consentano di verificare l'indipendenza effettiva dei media o, comunque, di comprenderne gli eventuali condizionamenti. Autori critici come Pierre Bourdieu, per esempio, denunciano il rischio che "l'opinione pubblica non esista", se non come artefatto costruito dalle classi dominanti, che tendono a controllare le dimensioni simboliche di una società per giustificare la propria collocazione, servendosi appunto dei media come agenti di influenza diretta o indiretta<sup>1</sup>.

Pur prendendo spunto dagli studi condotti in tale ambito, la finalità di

<sup>1</sup> Cfr. P. Bourdieu, *Questions de sociologie*, Paris, 1984-2002, 222-235.

questo volume non è riproporre il dibattito sui complessi effetti dei mezzi di comunicazione di massa nella formazione delle opinioni all'interno delle società democratiche. Le considerazioni sulla funzione sociale dei *media* servono solo per introdurre la questione che qui sta a cuore: chi opera oggi nel campo dell'informazione e della comunicazione istituzionale ha una precisa responsabilità collettiva, che si collega direttamente all'etica pubblica. Le attività di informazione e comunicazione rivestono ormai un ruolo tale da coinvolgere la dimensione etica in modo sempre più esplicito, agendo sul funzionamento stesso della sfera pubblica, ossia quello spazio di dibattito, il più possibile libero da restrizioni e interessi privati, che collega gli uni agli altri mediante argomentazioni e progettualità comuni. La sfera pubblica è parte del regno "privato", in quanto costituita da privati cittadini, e vive separatamente sia dall'autorità pubblica, sia dal mercato: si definisce "pubblica" non in quanto imputabile alle istituzioni, ma perché resa tale da un ruolo attivo *del pubblico* e dalla sua accessibilità a tutti<sup>2</sup>. Nella democrazia moderna la trasparenza istituzionale e dei processi politici, la genuinità del voto, il libero dibattito sui temi collettivi dipendono sempre di più dal livello di pluralismo, completezza e affidabilità che l'informazione e la comunicazione sono in grado di offrire al cittadino.

È irrealistico pensare che i mezzi di comunicazione, pubblici e privati, possano essere totalmente impermeabili all'influenza dei governi e dei poteri economici, ma altrettanto irrealistico è credere che la sfera pubblica democratica possa funzionare senza il contributo dei media. Di qui, la necessità di predisporre un ambiente normativo e culturale che riconosca appieno il ruolo e la responsabilità etica dei media e della comunicazione istituzionale nella formazione dell'agenda pubblica e, al tempo stesso, rie-

<sup>2</sup> J. Habermas, *Between Facts and Norms* (1992), Cambridge, 1996, 374 ss. (trad. it.: *Fatti e norme. Contributi a una teoria discorsiva del diritto e della democrazia*, Milano, 1996). Va comunque segnalato che Habermas assegna alla sfera pubblica una limitata capacità di risolvere problemi concreti, concentrando il ruolo di essa prevalentemente nella costruzione delle opinioni, piuttosto che nella fase decisionale. Per un'approfondita analisi e una lettura critica del pensiero di Habermas, vedi C. Calhoun, "Introduction: Habermas and the Public Sphere", in C. Calhoun (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge (MA)-London, 1992. Secondo Calhoun, per quanto riguarda il ruolo dei media, Habermas sembra trascorrere da una concezione critica e negativa a una visione maggiormente neutrale e aperta. Nei suoi primi lavori introduce l'idea del declino, o meglio della distorsione della sfera pubblica causata dalla sua invasione da parte di interessi privati organizzati e in concorrenza tra loro. Nei lavori successivi, tuttavia, Habermas tenderebbe a riconoscere ai *media* un ruolo diverso, ammettendo l'importanza che essi rivestono nella costruzione della sfera pubblica e attribuendo loro una possibile funzione di strumento positivo di espansione della sfera pubblica stessa.

sca a contenere le possibili distorsioni che i media producono sul discorso critico, presupposto fondamentale per una democrazia<sup>3</sup>.

Il moltiplicarsi delle arene di dibattito pubblico complica il quadro convenzionale dei mezzi di comunicazione di massa, affiancando nuove tecnologie a nuovi attori di informazione e comunicazione. Questa dinamica ha suggerito agli Autori una riflessione altrettanto articolata, rivolta a coniugare gli interrogativi e le proposte di tipo giuridico-normativo con le analisi sociologiche dei contesti culturali e organizzativi. In questa prospettiva si è posta l'attenzione sui *media* vecchi e nuovi e sul ruolo di fonte informativa della pubblica amministrazione, che si serve in misura sempre maggiore di professionisti dell'informazione e della comunicazione.

Si troveranno dunque raccolti in questo volume gli esiti di una ricerca che, consapevolmente, ha preferito non affrettarsi a conclusioni generali, al momento irrealistiche, ma ha inteso semmai indicare linee di riflessione e spunti per un dibattito critico. In quest'ottica verranno seguiti due filoni di analisi, ciascuno articolato in quattro profili distinti, concernenti:

- a. le questioni di tipo giuridico-normativo:
  1. etica pubblica ed etica privata nello svolgimento del servizio pubblico radiotelevisivo;
  2. etica e professione giornalistica;
  3. etica e internet;
  4. etica dell'informazione e processo penale;
- b. gli scenari storico-sociali:
  1. le grammatiche di azione dei professionisti dell'informazione e della comunicazione (i giornalisti, come anche i dipendenti e collaboratori degli uffici di comunicazione pubblica);
  2. il ruolo pubblico dell'informazione indipendentemente dalla proprietà editoriale pubblica o privata;
  3. la costruzione del discorso mediatico sull'etica;
  4. la liminarietà tra comunicazione pubblica e comunicazione politica.

<sup>3</sup> L. Hitchens, *Broadcasting Pluralism and Diversity . A Comparative Study of Policy and Regulation*, Oxford-Portland, 2007, 60.



*Parte prima*

*Etica e media nella prospettiva giuridica*



# *1. Etica privata, etica pubblica nell'esercizio del servizio radiotelevisivo\**

di *Gianluca Gardini*

## **1. Le “emergenze etiche” del servizio pubblico radiotelevisivo. Dalla rappresentanza alla rappresentazione politica**

Da sempre lottizzata, la televisione pubblica è ritornata improvvisamente a essere il campo di battaglia privilegiato dalla politica e dai politici.

L'occupazione partitica di vasti settori della RAI è un fenomeno risalente, che si estende dai vertici dell'azienda fino ai livelli più minuti dell'organizzazione interna. Il problema risulta aggravato dal cambiamento del quadro politico avvenuto dell'inizio degli anni Novanta, anche a causa della svolta maggioritaria intrapresa dal nostro ordinamento<sup>1</sup>. La scelta di “parlamentarizzare” la RAI, ossia di stabilire una connessione forte tra la concessionaria pubblica e il Parlamento, se poteva avere senso nel 1975, in presenza di un sistema elettorale proporzionale e di un'intensa partecipazione dello Stato nell'economia, cambia completamente di significato in un quadro di bipolarismo maggioritario e di progressiva liberalizzazione dei settori economici. In questo diverso contesto, infatti, la parlamentarizzazione rischia di non garantire più alcun legame tra l'attività della RAI e le di-

\* Alcune delle tematiche qui trattate sono sviluppate nel saggio “Dal ‘servizio pubblico’ al ‘sistema’ radiotelevisivo: la breve storia di un grande fallimento”, *Diritto pubblico*, 2, 2008, 637 ss., cui si fa sin d'ora rinvio per ogni approfondimento.

<sup>1</sup> Per avere un'efficace dimostrazione dell'incremento del tasso di lottizzazione del nostro servizio pubblico radiotelevisivo è sufficiente porre mente al fatto che in 63 anni di attività (dal 20 aprile 1945 al 30 settembre 2008), alla guida della RAI si sono succeduti 25 Presidenti, con mandati della durata media di 914 giorni, e 21 Direttori generali, con mandati della durata media di 1225 giorni; ma mentre tra il 1945 e il 1992 la durata media del mandato dei presidenti è stata pari a 1338 giorni, tra il 1994 e oggi è scesa a 464. Nel primo periodo la durata media del mandato dei direttori generali è stata pari a 2020 giorni, nel secondo di 512. I dati sono tratti dal disegno di legge “Riforma degli organi di governo della RAI-Radiotelevisione italiana SpA”, d'iniziativa del senatore Finocchiaro e altri, comunicato alla Presidenza il 12 febbraio 2009, AC 1380.

verse posizioni presenti nella società, ma di rappresentare solamente una pesante bardatura allo svolgimento del servizio radiotelevisivo<sup>2</sup>. Fuor di dubbio è che l'acquiescenza collettiva a questa prassi ha determinato una frenetica rincorsa alle poltrone, un balletto costante di nomi e personaggi che, spesso, vengono collocati in posizioni di vertice dell'azienda in virtù della loro appartenenza politica, prima ancora che per meriti professionali o culturali. Inutile dire che il condizionamento politico della concessionaria pubblica, invalso nel nostro sistema, ha prodotto effetti molto deleteri rispetto alla qualità del nostro servizio pubblico radiotelevisivo, la cui imparzialità, completezza e credibilità appaiono in netto ribasso negli ultimi anni.

Ma queste cose sono ormai note, e il punto che qui si vuole sollevare è un altro.

Non è tanto l'accentuarsi della lottizzazione a destare preoccupazione, trattandosi in fondo di un fenomeno ultracinquantennale, ormai metabolizzato dal sistema. Basti qui ricordare che il Consiglio d'Europa, da anni, va ripetendo che la RAI è "sempre stata lo specchio del sistema politico del Paese"<sup>3</sup>.

Non è neppure l'anomalia di un governo guidato da un Presidente del Consiglio che, al contempo, controlla il principale gruppo radiotelevisivo concorrente della RAI, oltre a varie imprese editoriali, a destare particolare stupore, essendo stata criticata in ogni sede e da tutte le prospettive, sia all'interno che all'esterno del Paese, e pertanto da ritenersi ormai nota e accettata dagli italiani.

È piuttosto l'accentuarsi della presenza dei politici nei media, televisione sopra tutti, a riaccendere la preoccupazione di un'emergenza *etica* legata al servizio pubblico. La presenza della politica nei telegiornali RAI non ha paragoni in Europa. In termini percentuali, i TG della concessionaria pubblica italiana dedicano più di un terzo della loro durata alla pagina politica, ossia più del doppio di quelli inglesi, francesi, tedeschi e spagnoli: nei telegiornali

<sup>2</sup> È utile ricordare che la parlamentarizzazione delle nomine RAI risale al 1975, allorché, grazie al decisivo impulso della Corte costituzionale (sentenza 225/1974), la legge 103 venne a collocare la concessionaria pubblica sotto l'indirizzo e la vigilanza di un'apposita Commissione parlamentare permanente, allo scopo di sottrarla alle influenze della maggioranza di Governo. Dal cambiamento nella formazione dell'indirizzo politico-editoriale derivò anche una riforma degli organi di gestione, in particolare della composizione del Consiglio di Amministrazione: i 6 membri diventarono 16, di cui 10 nominati direttamente dalla Commissione di vigilanza RAI. Per la prima volta dopo vent'anni dalla sua istituzione, il controllo della RAI venne pertanto trasferito dall'Esecutivo al Parlamento. È anche vero che la riforma del 1975 può essere vista come il passaggio da un'occupazione monocolora, realizzata dai governi a prevalenza democristiana, a una "lottizzazione" della RAI, ossia alla spartizione dell'azienda di Stato da parte dei maggiori partiti presenti in Parlamento.

<sup>3</sup> "RAI has always been a mirror of the political system of the country", Parliamentary Assembly, Resolution 1387/2004.

RAI la percentuale (media) riservata alla pagina politica è pari al 34,8 per cento sulla durata dell'intero notiziario, mentre negli altri quattro telegiornali europei è del 16,5 per cento. Ciò significa che le principali testate di informazione della televisione pubblica italiana, TG1, TG2 e TG3, in ogni edizione dedicano almeno dieci minuti a temi riguardanti la "politica", soprattutto interna<sup>4</sup>. Come è stato autorevolmente osservato, "La TV è una finestra aperta sul pianeta. La nostra è spesso una finestra sul cortile"<sup>5</sup>.

La pervasività mediatica della politica interna è ulteriormente amplificata dall'estrema frammentazione partitica che caratterizza la nostra democrazia: basti pensare che le elezioni politiche del 2008 hanno visto diciotto liste in competizione tra loro e ben quindici candidati premier, tutti soggetti legittimati a richiedere parità di trattamento in televisione e confronti incrociati. Questa frammentazione è alla base della proliferazione delle trasmissioni di informazione e attualità, che sono andate a sovrapporsi ai tradizionali programmi di comunicazione politica (le classiche tribune elettorali), i quali hanno perso ormai gran parte del loro *appeal*.

Ora, senza dilungarsi troppo su analisi che sfuggirebbero alle competenze di chi scrive – e per le quali si rinvia agli approfondimenti di Stella e Lalli in questo stesso volume – preme qui evidenziare due conseguenze collegate a questo fenomeno: in primo luogo, si sta verificando un progressivo svuotamento della politica e dei suoi attori, che a un intervento tradizionale nella società mostrano di preferire una presenza spettacolarizzata nell'etere o nella realtà virtuale dei portali internet, senz'altro più efficace e meno dispendiosa in termini di tempo ed energie. "La politica è ormai telepolitica"<sup>6</sup>. Questa strategia ha l'effetto di rendere gli attori della politica sempre più distanti dalla comunità sociale e dal territorio. Il fenomeno è aggravato, almeno in parte, dall'attuale legge elettorale per le consultazioni politiche, che, nel prevedere liste bloccate di candidati, sottrae agli elettori la possibilità di indicare la propria preferenza, costringendoli a votare per il partito, da cui dipende esclusivamente la scelta delle candidature e il loro ordine nelle liste. Le liste bloccate, inoltre, finiscono per premiare i partiti di livello nazionale, avvantaggiando quelli che si affidano a una campagna elettorale sui grandi mezzi di comunicazione di massa e, viceversa, penalizzando quelli dotati di solido radicamento nel territorio. Ciò comporta una trasformazione profonda delle tecniche di competizione elettorale: da un lato, la campagna viene a concentrarsi sulle figure dei leader nazionali di

<sup>4</sup> Osservatorio di Pavia, indagine su *Politica e giornalismo nei telegiornali RAI*, 2008.

<sup>5</sup> Corrado Calabrò, Presidente dell'AGCOM, "Presentazione" alla *Relazione annuale 2009*, 12.

<sup>6</sup> Ivi, 3.

partito, sulle candidature in cui maggiormente si identifica il partito, trascurando gli altri candidati; dall'altro, la propaganda finisce per trasferirsi dalle piazze ai grandi mezzi di comunicazione nazionali, attenuando ulteriormente il legame tra rappresentanti ed elettori<sup>7</sup>.

In secondo luogo, si è assistito in questi anni alla definitiva trasformazione del ruolo dei media e dei giornalisti, che da mediatori culturali sono divenuti attori politici a pieno titolo. Questa considerazione non dipende tanto dal numero, pur rilevante, di giornalisti candidati a cariche politiche di ogni genere e livello, quanto dal proficuo sodalizio – vantaggioso per entrambe le parti – che comunicazione e politica hanno saputo sviluppare. In questo senso si può affermare che la rappresentanza politica si è tradotta in “rappresentazione” politica, e, di riflesso, gli attori dell'arena politica hanno assunto il ruolo di attori dell'arena mediatica. Esiste oggi, come è stato acutamente osservato, un “rapporto mimetico e complice” tra media e politica, tra la RAI e i partiti, in base al quale le funzioni di queste importanti istituzioni democratiche – informazione e rappresentanza popolare – tendono a confondersi e a risolversi l'una nell'altra<sup>8</sup>.

### *1.1. Governo e servizio pubblico radiotelevisivo. I rischi del presidenzialismo mediatico*

Questo rapporto simbiotico tra politica e servizio pubblico radiotelevisivo (d'ora in avanti “SPR”) ha legittimato le forze di maggioranza a intervenire sempre più spesso con direttive, prescrizioni, e soprattutto censure, nei confronti della concessionaria pubblica.

Ciò che colpisce è che questi interventi sono dovuti non tanto al fatto che la televisione pubblica si sia dimostrata negli anni troppo “politicizzata”, e dunque distante dalla propria funzione originaria, come sarebbe ragionevole attendersi, quanto alla circostanza che la RAI risulta oggi troppo poco disponibile a sostenere il Governo e il suo programma politico.

Così, recentemente, il Presidente del Consiglio ha più volte manifestato il proprio disappunto nei confronti del SPR, al cui indirizzo ha formulato diverse critiche di tipo politico, etico, estetico. In particolare, la RAI è stata ripetutamente tacciata di proporre un'immagine negativa del Paese, di mostrare una società in rivolta contro le politiche del governo, con strade e piazze affollate dalle proteste di studenti, professori e genitori. Opinioni se-

<sup>7</sup> N. Lacetera, M. Macis, “La campagna elettorale passa in TV”, *LaVoce.info*, 5 dicembre 2005.

<sup>8</sup> Così Ilvo Diamanti, *La Repubblica*, 6 novembre 2008.

vere sono state espresse da diversi rappresentanti del Governo nei confronti di trasmissioni satiriche della RAI, accusate di proporre “l’antagonismo e l’antiberlusconismo come spettacolo”, e contro la televisione pubblica “ansiogena”, colpevole di affidare la lettura dell’informazione a giornalisti “dark, persino gotiche”, e di generare sfiducia e pessimismo nei cittadini. La trasmissione di approfondimento “Annozero”, andata in onda su RAI2 all’indomani delle tragiche vicende del terremoto abruzzese del 2009, è stata definita “indecente”, in quanto dichiaratamente rivolta a individuare le possibili responsabilità, istituzionali e private, che possono aver contribuito ad aggravare la catastrofe naturale del sisma<sup>9</sup>. Le interferenze della maggioranza sull’attività del servizio pubblico sono divenute a tal punto penetranti che un Ministro della Repubblica, traendo le logiche conseguenze da questa raffica di giudizi negativi nei confronti della RAI, è giunto a mettere in discussione l’obbligo stesso di pagare il canone televisivo, ritenuto non più giustificabile alla luce della scarsa qualità del servizio erogato agli utenti<sup>10</sup>.

Le ragioni di questo comportamento non sono difficili da comprendere.

Nella società odierna i media, quando sono lasciati liberi di funzionare, esercitano un controllo costante sull’esercizio del potere e richiedono ai Governi di rispondere del proprio operato, ancora prima che i Parlamenti possano attivarsi in tal senso. Nella società dell’informazione, dove i fatti si conoscono in tempo reale, è perciò naturale che i Governi sentano la necessità di rafforzare il proprio potere asserendo o, comunque sterilizzando, il controllo dei mezzi di comunicazione di massa. L’obiettivo, come è stato acutamente sottolineato, è realizzare un “presidenzialismo mediatico”, ossia un esecutivo che mira a usare le nuove tecnologie dell’informazione per governare senza alcun controllo da parte del parlamento o dei media<sup>11</sup>. Per questo è opportuno che l’indirizzo e la vigilanza sulla radiotelevisione pubblica, senza dubbio il medium più seguito dagli italiani, siano affidati stabilmente alle Camere, in cui trovano espressione e compensazione le diverse voci presenti nella società.

Si noti che i condizionamenti esercitati dalla maggioranza sul SPR sono precisamente il pericolo che, già negli anni Settanta, la Corte costituzionale

<sup>9</sup> Per alcuni, incisivi commenti sulla vicenda, vedi G. Azzariti, “Caso Sant’oro: indecente perché scomodo?”, *Liberazione*, 14 aprile 2009; F. De Bortoli, “Quell’Italia che ce la fa”, *Corriere della Sera*, 10 aprile 2009.

<sup>10</sup> Nel corso della trasmissione “In mezz’ora”, andata in onda su RAI3 il 23 novembre 2008, il Ministro del lavoro, Maurizio Sacconi, ha dichiarato che il canone “è la misura del servizio pubblico e molto spesso non viene percepito né come servizio di qualità, né come servizio accettabile dai più”.

<sup>11</sup> A. Giddens, intervista rilasciata a *La Repubblica*, 26 maggio 2009.