

NOI, PRIGIONIERI DELLA TELEVISIONE

GIOVANNI VALENTINI

GIOVANNI VALENTINI

ADISPETTO delle più ricorrenti previsioni, dunque, il consumo di televisione non solo non diminuisce, ma anzi tende — seppur lievemente — ad aumentare in tutto il mondo, dagli Stati Uniti all'Europa. E tra i Paesi del Vecchio Continente, l'Italia detiene il primato degli ascolti.

(segue dalla prima pagina)

A conferma del fatto che la nostra teledipendenza è ormai un elemento strutturale, organico o, se si preferisce, cronico. I dati della "Mediametrie" francese che pubblichiamo in altre pagine del giornale certificano che, nel primo semestre del 2013, gli italiani hanno dedicato in media alla tv un tempo di quattro ore e 34 minuti al giorno: quattro in più rispetto all'anno precedente; più di tutti gli altri partners europei e poco meno degli americani, passati a loro volta a quattro ore e 53 minuti. Diciamo, prendendo per buone queste statistiche, che circa un terzo dell'intera giornata attiva viene spesa davanti al piccolo schermo in una sorta di narcosi collettiva, una sedazione di massa

Gli italiani hanno dedicato in media al piccolo schermo quattro ore e 34 minuti al giorno: quattro minuti in più rispetto all'anno precedente, più di tutti gli altri partner europei

che neutralizza il vaglio critico, addormenta le coscienze, allenta i freni inibitori. E le nuove tecnologie, da Internet agli smartphone, anziché sostituire la televisione non fanno che accrescerne e amplificarne il potere mediatico riciclando i suoi prodotti.

È la forza delle immagini in movimento, insieme alla suggestione delle voci e dei suoni, all'immediatezza della comunicazione e alla facilità di una ricezione sostanzialmente passiva, che continua verosimilmente ad alimentare questa diffusa teledipendenza della società contemporanea. Ma in fondo non c'è da sorprendersi o scandalizzarsi più di tanto, se tutto ciò avviene in un contesto di pluralismo del-

l'informazione e dilibera concorrenza. All'interno delle regole di mercato, anche lo strapotere televisivo può trovare limiti e confini per rispettare un equilibrio generale fra tutti i media, vecchi e nuovi.

Sappiamo, invece, che in Italia purtroppo non è così. Nel nostro sistema mediatico, la televisione fa la parte del leone e da trent'anni a questa parte, cioè dall'avvento della tv commerciale, la situazione è andata ulteriormente peggiorando. I livelli di concentrazione sono incompatibili con i principi antitrust di una moderna democrazia economica. E la raccolta pubblicitaria, risorsa primaria per tutta l'industria dell'informazione, risulta fortemente condizionata da questa overdose televisiva, a danno dell'intero settore.

Se poi si considera che la tv italiana, pubblica e privata, è controllata direttamente o indirettamente dal potere politico, allora si può valutare con maggiore consapevolezza la delicatezza e la pericolosità della "questione televisiva" nel nostro Paese. Si tratta, a ben vedere, di un'autentica emergenza nazionale. Un'emergenza civile, innanzitutto, che certamente non è estranea al nostro "cupio dissolvi", a quel clima d'incertezza, di sfiducia e depressione in cui stiamo faticosamente vivendo.

Toccherebbe innanzitutto al servizio pubblico contribuire — per quanto possibile — a invertire questa tendenza, con una programmazione di maggiore qualità sul piano dei valori e dei contenuti. Ora che alla Rai la "cura Gubitosi" ha cominciato a dare i primi risultati, con la chiusura in utile del secondo semestre e l'avvio del risanamento, il direttore generale e tutto il vertice dell'azienda sono chiamati ad affrontare la sfida del futuro. Ed è, essenzialmente, una grande sfida culturale.