



nuove ANTENNE

CONNA, Coordinamento nazionale Nuove Antenne l'unica associazione non profit del settore radiotelevisivo

UNA INEDITA NARRATIVA

Da Agcom gravi turbative

L'Agcom, mancando di ottemperare alla legge n.249 del 1997 laddove impone di: **"...curare le rilevazioni degli indici di ascolto e di diffusione dei diversi mezzi di comunicazione..., omissis"**, indispensabili per reperire le necessarie risorse economiche di tutte le iniziative radiofoniche e televisive locali e nazionali, ha messo in ginocchio radio comunitarie e imprese tv minori, favorendo la costituzione di due società Auditel e Audiradio che hanno prodotto gravi distorsioni culturali e di mercato in favore delle grosse imprese radiotelevisive, proprio quelle di cui la Corte costituzionale nella sua sentenza n.202 che esamineremo in altra sede, non ne prevedeva neppure l'esistenza perché lesive degli spazi e degli interessi dell'emittenza locale minore di carattere sociale.

Recentemente, e con intenti confusi, l'Agcom invece di valersi di un ente nazionale statale in possesso della necessaria esperienza in tema di acquisizione di notizie specialistiche, ha affidato a suoi organismi interni, nonostante non abbiano competenze specifiche (Del. 253/16), una "Indagine conoscitiva tesa a valutare l'impatto sui sistemi di rilevazione attuali...".

Prima di addentrarci in un concetto espresso in un breve saggio critico-informativo messo a punto in altra sede dalla nostra associazione *non-profit*, Coordinamento nazionale Nuove Antenne (CONNA), è bene premettere una laconica narrativa su ciò che è accaduto anche in periodo antecedente alla creazione di Agcom in forza della legge 249/97 che affranca sia pur lievemente le responsabilità della stessa Agcom in rapporto al fallimento di una delle suddette società che nella sua insolvenza ne ha permesso l'esistenza.

Audiradio, società a responsabilità limitata. Insieme alla televisiva Auditel, sono nate come abbiamo già detto, fruendo dello spazio vuoto lasciato dalla mancata osservanza della legge n.249/97, la cui attività risultava anomala già in partenza per il tipo di finanziamento che

avrebbero dovuto rilevarne gli ascolti. Se per i due maggiori gruppi televisivi e le grandi aziende radiofoniche il meccanismo di rilevazione consentiva per lo meno di fronteggiarsi, così non era per le imprese minori abbandonate al capriccio e all'interesse dei "rilevatori" e dell'intero apparato tecnico improvvisato, permeabile da influenze della natura più diversa. Audiradio, la cui attività era fondata su questi presupposti, riusciva attraverso imperscrutabili alchimie a far figurare nelle graduatorie i "paganti associati" in qualche modo, mentre le radio che invece non si erano sottomesse al pagamento delle cospicue somme di iscrizione - anche se popolari e conosciutissime con un grosso pubblico alle spalle potenzialmente ambito dai pubblicitari - neppure venivano fatte figurare nelle "classifiche", fino a quando, fra equivoci e beghe interne, Audiradio nel 2011 non deflagrò dichiarando il suo fallimento. Agcom. Invece di cogliere l'occasione dello sfascio di Audiradio, per rimediare alle scelte iniziali di concedere ai grossi editori l'amministrazione esclusiva di un settore così importante per il reperimento delle risorse con la diffusione

(segue a pagina 2)

(segue da pagina 1)

di dati fallaci che si sono tradotti in splendidi affari a beneficio di una stretta cerchia di imprese radiofoniche, preferì temporeggiare e non valersi di un istituto statale neutro e attendibile come per esempio l'Istat, o di un apposito settore "trasparente" allestito dal Mises comunicazioni; attese a lungo che gli editori e gli incettatori di pubblicità decidessero le soluzioni di rilancio che meglio si confacevano ai loro interessi e non a quelli generali della categoria. Si giunge così all'aprile 2016 con la costituzione di una ennesima Srl nata con i medesimi obiettivi, ma con un altro nome: "Ter" (Tavolo editori radio) gestita da alcuni editori egemonizzati da Mediaset, nel frattempo entrata massicciamente nel settore radiofonico, e da almeno due emittenti di fascia medio-alta, destinata a rilanciare con i soliti principi di parzialità un modello di rilevazione degli ascolti frusto, fallimentare, concepito per dare ulteriore spazio commerciale a chi già tanto ne aveva avuto, sottraendolo alle piccole emittenti autenticamente locali. La composizione del Tavolo dei novelli "rilevatori" non lascia dubbi, ci sono tutti coloro che non hanno mai fatto mistero su come concepivano la radio e la televisione: mezzi industriali per far soldi e acquisire potere, utilizzando frequenze e canali di trasmissione di proprietà dell'intera collettività. Costoro, per dar maggior credibilità alla società Ter, hanno tenuto particolarmente conto della concessionaria statale radiofonica e televisiva il cui responsabile di "Radio Rai" Nicola Sinisi è stato addirittura nominato presidente all'unanimità in compagnia del responsabile della pubblicità dell'Azienda Giuseppe Pasciucco e del leghista a corrente alternata Antonio Marano, considerato in questa Italia sgangherata la firma più importante di viale Mazzini 14, nonostante sia stato condannato nel 2012 in primo grado ad un anno e mezzo di reclusione per falsa testimonianza. Ci si domanderà, ma perché tanto riguardo per la Rai odiata da sempre dallo schieramento privato delle reti nazionali radiofoniche e televisive private? La risposta è semplice: ottenere attraverso i suoi funzionari compiacenti la "copertura" ed il prestigio conferito dalla definizione di "Servizio pubblico" (che di fatto non svolge più), tenuta di conto per eredità storica negli ambienti istituzionali, giudiziari, politici e commerciali. L'attuale dirigenza della Rai si è addirittura esposta come non mai

CONNA NUOVE ANTENNE
conna@conna. it conn@conna.it
Telefoni: vox 06/3534.8796
segreteria/fax 06/3534.7131
VIA FESTO AVIENO, 115
00136 ROMA

associandosi alla Confindustria Radio Tv costituita in tempi assai recenti , quando essa con questo gesto, avendo alle sue spalle capitale azionario pubblico, ha mancato di rispetto a tutte le altre associazioni che costernate, hanno insistito incredule a tanta imprudenza. Ecco cosa scrive in proposito l'Agenzia Servizio Informazione religiosa (SIR) riportando ciò che ha dichiarato Luca Borgomeo presidente dell'Associazione AIART.

“Perché la Rai si è associata alla Confindustria Radio Televisioni? E' lecito che la Rai, servizio pubblico, per la difesa legittima dei propri interessi debba essere tutelata da una struttura privata che, peraltro, ha finalità precipue nel settore industriale? Perché la Rai, servizio pubblico, con risorse di tutti deve pagare la rilevante quota annuale di adesione alla Confindustria?”

Facciamo notare che Confindustria Radio-Televisioni mira a liquidare nei fatti l'esperienza del Comitato Media e Minori magari sotto dettatura di Mediaset che non ha mai visto di buon occhio limitazioni al contenuto dei suoi programmi, con il tacito assenso delle istituzioni, del governo e di Agcom e all'insaputa delle associazioni degli utenti del tutto ignorate“ (Luca Borgomeo).

La questione delle indagini di ascolto quindi rimane aperta per la sua importanza dalla quale dipende l'intera platea delle radio, specie quelle di piccole dimensioni, al servizio delle popolazioni dislocate su porzioni del territorio nazionale, dall'alta funzione sociale, specie da quando è stato istituito un Albo delle Radio di Emergenza (ARE) in corso di evoluzione che fa parte del programma del Conna "UNA RADIO PER CIASCUN COMUNE", a supporto di comunicazione capillare di ausilio ai Vigili del fuoco e alla Protezione civile a seguito di calamità naturali o dolose. Tuttavia, per ottenere finalmente il rilancio e la valorizzazione di quanto fino ad oggi è naufragato in una jungla di illegalità, sarà necessario che le nuove forze politiche sopprimano l'Agcom o la pongano in condizioni di impedire di dominare a coloro che ragionano esclusivamente in funzione dei loro interessi. Anche ciò che rimane del Ministero delle comunicazioni – oggi accorpato innaturalmente al Mises per renderlo maggiormente inefficiente a beneficio dei grandi gruppi – dovrà rendersi conto che il tempo dei grandi affari nei campi televisivo e radiofonico è finito e che la comunicazione in un paese democratico non può che procedere in direzione dell'interesse collettivo.