Sommario

1. *L'etica come riscoperta dei valori fondamentali e gli "anticorpi" nel sistema della comunicazione.* – **2.** *Il problema dell'etica dei media e la questione delle regole.* – **3.** *Il passaggio alla televisione digitale ed il pluralismo informativo.* – **4.** *La "sfida etica" della tutela delle persone (in particolare dei minori).*

1. *L'etica come riscoperta dei valori fondamentali e gli "anticorpi" nel sistema della comunicazione*

La questione dell'etica postula alcune domande di fondo: esistono valori morali oggettivi in grado di unire gli uomini e di procurare ad essi pace e felicità? Quali sono? Come riconoscerli? Come attuarli nella vita delle persone?

Questi interrogativi intorno al bene e al male oggi sono più centrali e urgenti che mai, nella misura in cui gli uomini hanno preso maggiormente coscienza di formare una sola comunità mondiale. I grandi problemi che si pongono agli esseri umani hanno ormai una dimensione globale, poiché lo sviluppo delle tecniche di comunicazione favorisce una crescente interazione tra le persone, le società e le culture.

Emerge così, sempre più, la consapevolezza di una solidarietà di tutte le genti, che trova il suo ultimo fondamento nell'unità del genere umano. Questa si traduce in una responsabilità planetaria. Così, problemi come quello dell'equilibrio ecologico, della protezione dell'ambiente, delle risorse e del

(*) Commissario dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM).

clima sono divenuti preoccupazioni pressanti, che interpellano tutta l'umanità alla ricerca di soluzioni. Allo stesso modo, anche le minacce che il terrorismo, il crimine organizzato e le nuove forme di violenza e di oppressione fanno pesare sulle società hanno una dimensione planetaria. I rapidi sviluppi delle biotecnologie, che a volte minacciano la stessa identità dell'essere umano, reclamano urgentemente una riflessione etica e politica di ampiezza universale.

In questo scenario, la ricerca di valori etici conduce nella direzione di una riscoperta dei valori fondamentali della nostra civiltà, che prescindono dalle generazioni, dai costumi, dalle mode, ecc.

A tali considerazioni, per quanto riguarda l'odierna comunicazione di massa, deve aggiungersi che sempre più spesso, nell'affrontare i temi sociali, politici e culturali, non si riesce ad operare la necessaria distinzione tra fatti e opinioni; ciò dipende, forse, anche dal fatto che al "diritto di informare" proprio del giornalismo dovrebbe corrispondere il "diritto-dovere di informarsi", e quindi di formarsi un'opinione consapevole, del cittadino.

Mi sembra chiaro, dunque, a proposito dell'etica della comunicazione, che sono necessari degli "anticorpi" nel sistema dell'informazione e, più in generale, dell'intrattenimento audiovisivo, che consentano il pieno e libero esercizio del "diritto-dovere" di informazione ed un adeguato sviluppo culturale del cittadino.

Per quanto riguarda la sfera politica, l'accentuazione personalistica vissuta negli ultimi anni dalla politica italiana rischia evidentemente di alimentare l'autoreferenzialità del sistema, causandone l'implosione attraverso il logorio delle idee, dei valori, dei progetti e dei leader. In questo modo, si rischia di perdere ogni residuo "spirito pubblico", scatenando egocentrismi e narcisismi che alimentano una sempre più palese ed inquietante deriva morale.

È sempre più forte, così, il bisogno di un dibattito pubblico chiaro e aperto intorno ai valori che debbono ispirare l'azio-

ne politica ed amministrativa. Altrimenti, si rischierebbe di consolidare la frattura tra classe politica e società civile che è stata ancora una volta evidenziata, da ultimo, dall'elevato astensionismo registratosi in occasione delle ultime consultazioni elettorali.

È necessario, quindi, individuare temi etici di discussione e confronto, affinché il dibattito pubblico torni ad occuparsi non di pettegolezzi da giornali scandalistici, quanto meno di dubbio gusto, bensì di problemi centrali della nostra società e del nostro vivere quotidiano. Argomenti come i comportamenti eticamente corretti all'interno della pubblica amministrazione, ispirati a principi di trasparenza e di controllo sull'operato di dirigenti, consulenti ed esperti, o le scelte a sostegno della vita e della dignità della persona, con particolare riguardo alle esigenze delle famiglie, degli anziani, delle donne e dei minori, sono solo esempi di quello che potrebbe – o meglio dovrebbe – essere un dibattito civile di uno dei Paesi più industrializzati al mondo.

In quest'ottica, il ruolo dei *media* è indubbiamente fondamentale, ed il compito a cui siamo chiamati tutti noi oggi mi sembra sia proprio quello di dare un contributo all'individuazione di quegli "anticorpi" del sistema dell'informazione e dell'intrattenimento cui accennavo poc'anzi.

2. *Il problema dell'etica dei media e la questione delle regole*

Al giorno d'oggi, spesso vi è l'illusione che i fatti e gli eventi che i *media* decidono di mandare in onda siano tutto ciò che accade nella realtà, senza considerare che la scelta delle inquadrature o i commenti o i *link* nei computer sono frutto di scelte degli editori. La comunicazione può essere innocua, veritiera, istruttiva, ma anche dannosa, ingannevole, diseducativa.

La televisione, in particolare, è lo specchio in cui una società si riconosce. In un certo senso, addirittura, la televisione certifica, per molti cittadini, la realtà, con il rischio paradossale

che la verità reale diventi, rispetto a quella virtuale del mondo televisivo, secondaria.

La comunicazione persuasiva attraverso la televisione e gli altri *media*, così, non solo propone un modello comportamentale alcune volte potenzialmente dannoso, ma rischia di garantirne la legittimità; si pensi ad esempi come il fumo, gli alcolici o la velocità dei mezzi di trasporto individuali.

Di fronte a simili rischi, si pone la necessità di una programmazione che deve allo stesso tempo essere di qualità ed attirare il pubblico. In questo senso, il cardinale Carlo Maria Martini ha affermato che la televisione si deve liberare dalla schiavitù dell'*audience* e dalla dipendenza dal solo criterio del guadagno, senza d'altronde ricorrere alla censura o alla repressione, bensì individuando esempi e modelli che promuovano l'interesse collettivo e rispondano ai bisogni diffusi di libertà, onestà e serietà.

Da riflessioni di questo genere, emerge con insistenza il problema dell'etica dei *media*, e la questione dell'individuazione e dell'applicazione di regole che la tutelino.

I fatti di cronaca portano costantemente in primo piano i problemi di etica e di rispetto delle regole, specie nei rapporti diretti fra pubblico e privato, ossia fra politica e imprese o singoli individui, e quindi riguardo alle comunicazioni sulle quali si basano tali rapporti. In questo dibattito emergono alcune linee essenziali: fra queste, la trasparenza richiede di rendere noti il più possibile i committenti, le fonti, le finalità della comunicazione, nel rispetto d'altronde del diritto alla protezione dei dati personali.

La disponibilità costante di informazioni, idee ed immagini, così come la loro rapida trasmissione spesso senza frontiere geografiche hanno notevoli conseguenze, allo stesso tempo positive e negative, sullo sviluppo psicologico, morale e sociale delle persone, sulla struttura e sul funzionamento delle società, sugli scambi interculturali, sulla percezione e la diffusione delle opinioni e dei valori.

Le evoluzioni incessanti che si stanno verificando nelle tecniche e nelle modalità di comunicazione, dunque, rendono opportuno un nuovo inquadramento etico degli strumenti attraverso i quali gli individui apprendono il mondo che li circonda e ne esprimono la percezione.

Sotto il profilo delle regole, l'adozione delle direttive comunitarie del 2002 ha dato luogo nel nostro Paese all'emanazione del Codice delle comunicazioni elettroniche e, per quanto riguarda il settore della radiotelevisione – ritenuto “speciale” per le sue peculiari caratteristiche di incidenza sul pluralismo dell'informazione e sull'opinione pubblica – dopo un travagliato *iter*, della legge 112/2004 (c.d. Gasparri), e da ultimo del testo unico della radiotelevisione, d.lgs. 177/2005.

In questo contesto, il principio etico fondamentale appare quello secondo cui la persona umana rappresenta allo stesso tempo il destinatario e la misura dell'uso dei mezzi di comunicazione sociale, che dovrebbe essere finalizzato al suo sviluppo integrale.

La legislazione vigente affida all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni il compito di assicurare il rispetto dei diritti fondamentali della persona nel settore delle comunicazioni, specie radiotelevisive.

L'azione dell'AGCOM – e quindi dei CORECOM che ne rappresentano sempre più, anche in virtù delle nuove deleghe conferite in base all'accordo-quadro del dicembre scorso, le articolazioni funzionali sul territorio – è strumentale per l'esplicazione di diritti fondamentali garantiti dalla nostra Costituzione, quali la libera comunicazione e manifestazione del pensiero con ogni mezzo di diffusione (artt. 15, 21), l'uguaglianza di opportunità per tutti i cittadini (art. 3), la protezione dei minori (art. 31), l'iniziativa economica privata (art. 41), la libertà di voto (art. 48).

3. *Il passaggio alla televisione digitale ed il pluralismo informativo*

La protezione del pluralismo informativo, in particolare, come evidenziato nella Carta Europea dei diritti fondamentali (art. 11), è uno dei principi fondamentali dell'Unione Europea: per questa ragione, la giurisprudenza della Corte di Giustizia UE ha riconosciuto il diritto degli Stati membri di mantenere una legislazione speciale in materia più restrittiva del diritto della concorrenza.

Nella fase della transizione alla “nuova televisione” basata sulla tecnica digitale, ciò comporta che si debba rispondere all'esigenza di consentire agli operatori già in attività di effettuare il passaggio, impedendo d'altronde che si violino le regole della concorrenza e senza escludere l'ingresso di nuovi operatori.

L'affermazione delle piattaforme digitali, che sono in grado di trasportare un numero elevato di canali televisivi, aumenta in modo considerevole le possibilità di scelta del consumatore. Attualmente, in Italia si contano oltre duecento canali disponibili (buona parte dei quali però a pagamento). Le nuove piattaforme televisive stanno conquistando un gradimento crescente e forniscono anche contenuti culturali apprezzabili.

D'altronde, la televisione tradizionale non ha perso la sua attrattività, e risulta ancora il principale mezzo di comunicazione; secondo recenti stime ogni giorno in Italia l'ottantacinque per cento della popolazione guarda la televisione, ed i telespettatori passano in media quasi quattro ore della loro giornata davanti all'apparecchio televisivo.

Lo sviluppo del digitale rappresenta un'esigenza non rinviabile per lo sviluppo pluralistico del sistema radiotelevisivo, da attuarsi tenendo conto di un equo bilanciamento fra gli interessi dei nuovi entranti e le esigenze delle imprese esistenti di salvaguardare l'avviamento aziendale e gli investimenti effettuati, ma anche in modo che sia assicurata l'universalità del servizio, ossia una copertura del territorio nazionale tale da non privare nessuno della fruizione della televisione.

Nell'attuale periodo di transizione verso il passaggio definitivo alla televisione digitale sull'intero territorio nazionale, il Ministero dello Sviluppo economico-comunicazioni e l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni stanno lavorando costantemente affinché siano assicurati il pieno sfruttamento delle opportunità offerte dalla nuova tecnologia ed in particolare il pluralismo informativo.

4. *La “sfida etica” della tutela delle persone (in particolare dei minori)*

L'AGCOM, con i propri Atti di indirizzo sul rispetto dei diritti fondamentali della persona, adottati con delibere 165/06/CSP, 23/07/CSP e 13/08/CSP, ha rilevato, fra l'altro, che: *“La vigente normativa sul sistema radiotelevisivo pone tra i principi fondamentali del settore la garanzia della libertà e del pluralismo dei mezzi di comunicazione, la tutela della libertà di espressione di ogni individuo (inclusa la libertà di opinione e quella di ricevere o di comunicare informazioni), l'obiettività, la completezza, la lealtà e l'imparzialità dell'informazione”, e che tali principi “devono conciliarsi con il rispetto delle libertà e dei diritti, in particolare della dignità della persona, dell'armonico sviluppo fisico, psichico e morale del minore (...), nonché con i diritti fondamentali della persona, tra i quali è ricompreso il rispetto dei sentimenti religiosi, essendo esplicitamente stabilito che i programmi trasmessi rispettino i diritti fondamentali della persona e non integrino potenziale nocimento allo sviluppo dei minori”.*

In particolare, la questione dei rapporti fra *media* e minori è ormai da anni al centro di accesi dibattiti anche nel nostro Paese. Ciò, soprattutto dopo la diffusione nella prima metà degli anni Novanta del saggio di Karl Popper, *Cattiva maestra televisione*, che ha suscitato vivaci reazioni per la proposta di introdurre una “patente” che abilitasse all'esercizio delle professioni televisive, essendosi riconosciuto alla tv un ruolo

di “educatrice” che essa, volente o nolente, è destinata ad esercitare per sua stessa natura.

L'importanza della fruizione del mezzo televisivo da parte delle giovani generazioni è dovuta essenzialmente a due aspetti:

a) i minori costituiscono un “pubblico speciale”, che trova nel piccolo schermo il principale veicolo di visioni della vita, ruoli sociali e spesso valori, prima ancora di aver avuto una esperienza diretta della realtà;

b) i minori saranno gli adulti di domani, per cui porteranno nella società stili di vita, modelli culturali e valori che hanno appreso oggi, anche o soprattutto dalla tv, secondo la diffusa teoria per cui il mezzo televisivo ha rimpiazzato in tutto o in parte le tradizionali istituzioni di socializzazione (famiglia, scuola, comunità parrocchiale, ecc.).

In questo scenario, si contrappongono due opposti interessi: da un lato quello del minore ad una crescita emotivamente e culturalmente sana; dall'altro la legge del mercato che insegue l'*audience* a tutti i costi, trascurando le esigenze del pubblico più giovane senza preoccuparsi di eventuali danni che esso può subire. Questi danni, secondo le più recenti ricerche, sarebbero numerosi e non lievi: da quelli fisici – postura scorretta e alimentazione sbagliata – a quelli psicologici, dall'imitazione della violenza all'induzione al consumo, dall'interiorizzazione di stereotipi culturali e sociali errati ad una visione alterata dei rapporti sociali, dall'apprendimento della volgarità ad una precoce o distorta educazione sessuale.

L'assunzione di responsabilità da parte dei gestori delle emittenti, dei produttori audiovisivi, degli operatori di comunicazione in genere, quindi, non può più essere rinviata.

Il testo unico della radiotelevisione, all'art. 4, prevede tra i principi a garanzia degli utenti radiotelevisivi, a tutela dei diritti fondamentali della persona ed in particolare della dignità, del benessere, della salute e dell'armonico sviluppo fisico, psichico e morale del minore, il divieto delle trasmissioni che, fra l'altro, “*anche in relazione all'orario di trasmissione, possono nuocere allo sviluppo fisico, psichico o morale dei minori*”.

Con riferimento all'efficacia delle disposizioni in materia, oltre all'inasprimento dell'apparato sanzionatorio introdotto nel testo unico, va considerato positivamente – per i possibili effetti di deterrenza – l'obbligo di dare adeguata pubblicità alle sanzioni inflitte.

Gli obblighi in materia sono rafforzati, poi, nei confronti della concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo. Essendo considerata la tutela dei minori e delle fasce deboli e anziane della popolazione fra i compiti prioritari del servizio pubblico, la RAI è soggetta a una disciplina specifica dettata nel contratto di servizio, la verifica del rispetto della quale spetta al Ministero dello Sviluppo economico - Dipartimento per le Comunicazioni ed all'AGCOM.

Il giudizio di valore con riferimento ai contenuti delle trasmissioni rappresenta certamente uno dei profili più complessi e delicati dell'azione pubblica in materia, in quanto presuppone la cognizione e l'applicazione non solo dei principi dell'ordinamento e dei criteri interpretativi e di valutazione individuati in dottrina e in giurisprudenza, ma anche dei più sofisticati strumenti di analisi propri delle scienze psicologiche, sociologiche e pedagogiche.

È questa, forse, la maggiore “sfida etica” che pone oggi la regolamentazione dei *media*: tutelare la dignità delle persone, ed in particolare il futuro dei nostri figli. Per questi obiettivi, mi sembra sia doveroso unire gli sforzi, al di là delle barriere politiche e ideologiche.