

mo" dice Arisi Rota "110 mila telespettatori, cioè più lettori dell'unico quotidiano del pomeriggio che vende 60 mila copie. E sono telespettatori fedeli, che ci seguono regolarmente. Come è fatto il nostro telegiornale? Per almeno tre quarti è riservato alle notizie della regione, altri cinque minuti sono dedicati allo sport locale. Lo spazio ai fatti nazionali è, quindi, molto limitato perché ci consideriamo alternativi, meglio, complementari al servizio pubblico".

Assolviamo un compito preciso e richiesto dal pubblico, con una redazione formata da un direttore responsabile, Tommaso Mastrandea, tre professionisti, due praticanti, tre troupe esterne, uno studio mobile per i fatti più importanti e vari collaboratori.

Ho dedicato un certo spazio alla descrizione di questa struttura giornalistica regionale perché è l'esempio di quello che viene fatto (o dovrebbe essere fatto) a misura di emittente di provincia. Costo di un notiziario del genere? Un miliardo l'anno. Vale la spesa? Evidentemente sì, per le ragioni esposte prima e, non soltanto per motivi di presenza qualificata, di prestigio professionale.

Naturalmente, sul piano dei contenuti e persino degli orari d'emissione, ogni emittente opera secondo una propria scelta: nel nostro Paese, così lungo e stretto, anche le abitudini degli abitanti condizionano le decisioni da prendere a livello locale: a Bolzano si cena in orari ben diversi che a Palermo, per non parlare delle mentalità, delle usanze e delle problematiche profondamente ancorate agli usi e costumi delle rispettive regioni. E' la ricchezza culturale di un Paese che, più di ogni altro, ha la necessità di una presenza televisiva a misura locale, o al massimo, regionale.

Con cinque flashes abbiamo illuminato altrettante realtà visute dall'interno, cioè da chi opera nel settore televisivo di provincia: indicazioni non astratte e riferibili a tutta l'emittenza privata sono la conferma di quanto è stato, da tutti e da sempre, detto e scritto e cioè che le presenze televisive di

questo genere sono indispensabili perché costituiscono, ormai per milioni di cittadini, un'abitudine radicata, l'unica possibilità per avere un rapporto continuo e diretto anche con chi gestisce l'amministrazione locale e per poter conoscere quello che avviene nell'ambito della zona dove una persona vive. Inutile sottolineare, qui, l'importanza che assume, in questo caso, il mezzo di comunicazione televisivo. Ed è quasi inutile ribadire la necessità di una sua sopravvivenza nel quadro di tutto il sistema misto. Una sopravvivenza promessa e garantita, a parole, da tutti, ma che, in verità, con il passar del tempo, è sempre più in pericolo. Di vita, è il caso di dirlo. Non per nulla tutti i privati che operano nel settore locale sono i primi a chiedere il varo di una legge articolata, completa e definitiva che regolamenti il settore: fotografare l'esistente, come avviene oggi con i decreti legge a ripetizione, significa soltanto, per molte emittenti locali, una lenta agonia. Gianni Ferrauto, presidente di Euro TV, sostiene: "L'informazione, il rapporto sociale, culturale tra televisione locale e cittadino può sopravvivere soltanto se trova il diritto all'esistenza in un ragionato equilibrio economico". E questo "ragionato equilibrio economico", sempre secondo Ferrauto, "deve venire sancito da una legge che difenda il diritto alla sopravvivenza anche e soprattutto alle televisioni locali".

Come? Abbiamo già sentito i responsabili di queste emittenti che chiedono una regolamentazione che permetta loro di lavorare (come qualsiasi altra industria) confortati da disposizioni di legge precise. Vediamo, ora, di scendere, da questa richiesta generica, nel particolare. L'emittente locale chiede una regolamentazione che preveda disposizioni antitrust; la possibilità di acquistare non soltanto la piccola fetta della pubblicità locale (che rappresenta il 4,6% del totale); l'autorizzazione ad usare, almeno, l'interconnessione di servizio, cioè la possibilità di inviare i programmi da un'emittente all'altra non via-cassetta, come avviene attualmente, ma via-ponte (un vantaggio economico, ma soprattutto che abbre-