

VALERIA FERRO

## MONITORAGGIO: MANEGGIARE CON CAUTELA

« Monitoraggio: osservazione a scopo di controllo e sorveglianza in modo immediato dell'andamento di una trasmissione ». Così il dizionario enciclopedico Treccani. Per quanto riguarda il monitoraggio del pluralismo politico televisivo è necessario aggiungere un fondamentale elemento, strettamente legato alle finalità del monitoraggio: la metodologia che si intende applicare per procedere alle analisi della comunicazione. È infatti impossibile che i dati di monitoraggio restituiscano le informazioni nella loro interezza, pertanto i risultati che si ottengono dipendono dai *filtri* che vengono applicati. Non esiste una metodologia valida per ogni tipo di analisi e immutabile nel tempo: è quindi necessario introdurre correttivi e adeguamenti, seguendo le trasformazioni delle modalità comunicative del mezzo. In Italia, il monitoraggio televisivo ha avuto inizio agli albori degli anni '80 e, come avveniva e avviene a livello internazionale, al centro delle rilevazioni vi erano i soggetti (singolari e collettivi). Nel processo di evoluzione della comunicazione è stato necessario aggiungere, in una seconda fase, un collegamento tra i soggetti e i temi trattati. Infatti, privilegiare un argomento nella narrazione della realtà/politica può favorire i soggetti che a quel tema dedicano iniziative e programmi. Si è tuttavia verificato che alcuni temi possono essere riconducibili ad un soggetto pur non essendone rilevabile la presenza, indipendentemente dalla volontà del soggetto medesimo. Valgano come esempi: il caso Ruby, la casa di Montecarlo, lo scandalo della violenza sessuale sulla cameriera nella suite 2806 dell'hotel Sofitel (Dominique Strauss-Kahn). È stato quindi necessario adeguare gli strumenti di rilevazione al fine di ottenere analisi adeguate.

La legge 28/2000 ha introdotto nella comunicazione alcune regole che hanno sollevato numerose critiche, talvolta in netta contraddizione tra loro, in particolare da parte di operatori dell'informazione: la legge impone « il bilancino ». Viceversa: non vi sono regole certe che indichino quali siano i comportamenti cui attenersi. Per quanto riguarda l'imposizione di spazi e tempi rigidi, questi si riferiscono alle trasmissioni di « comunicazione politica » (le tradizionali tribune politico-elettorali) e non ai telegiornali, ai

quali vengono imposte le antiche prescrizioni di correttezza, completezza e imparzialità. Chi invoca regole certe fa spesso riferimento all'unica normativa in materia, realizzata nella Francia mitterrandiana e a tutt'oggi in vigore. Tuttavia, la nota regola francese dei tre terzi (un terzo del tempo al governo, un terzo alla maggioranza parlamentare, un terzo all'opposizione parlamentare) ha richiesto nel tempo alcuni correttivi, a partire dalla rilevazione delle presenze del Presidente della Repubblica, inizialmente escluso da quote, che svolge un ruolo istituzionale non irrilevante ed è oggetto di una attenzione mediatica non indifferente.

L'imposizione di quote ferree da distribuire tra i competitori politici rischia di mortificare la libertà di informazione, costringendo a concedere spazi prestabiliti piuttosto che privilegiare le notizie e la cronaca degli avvenimenti. In passato, seppure in modo non ufficiale, vigeva una regola spartitoria, decaduta nella sua rigida applicazione, che veniva adottata, come per le poltrone, anche per gli spazi televisivi, regola nota come «lottizzazione dell'informazione».

Gli sbilanciamenti nell'informazione televisiva esistono anche oggi (ahinoi!) ma secondo modalità diverse di occupazione.

Un ulteriore elemento significativo nell'analisi dei dati di monitoraggio è il periodo di tempo che si ritiene utile per una valutazione del rispetto del pluralismo. È infatti probabile che le analisi relative ad un periodo breve producano dati eccessivamente condizionati dagli avvenimenti in agenda. In merito, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni pubblica i dati con cadenza mensile<sup>1</sup> (ad eccezione dei periodi di campagna elettorale, durante i quali le pubblicazioni hanno cadenza settimanale). In altri Paesi, le valutazioni vengono espresse su periodi più lunghi (trimestri, semestri o un anno).

I dati di monitoraggio, in conclusione, vanno letti attentamente, seguendo le avvertenze e le indicazioni degli analisti, in modo da non incorrere in valutazioni non corrette. Ad esempio: leggere le sole percentuali di presenza, tralasciando i valori assoluti, può essere fuorviante se la base-dati è esigua.

<sup>1</sup> Peraltro la delibera Agcom n. 243/10/CSP del 15 novembre 2010 precisa che «l'Autorità effettua d'ufficio la valutazione

del rispetto del pluralismo politico e istituzionale di ciascun telegiornale sottoposto a monitoraggio nell'arco di ciascun trimestre».