

L'unica rivoluzione liberale che c'è stata in Italia è stata quella della tv privata'

Alberto Mingardi

Meglio poter scegliere

2025



PERCHÈ LEGGERE QUESTO LIBRO

L'11 giugno 1995 gli italiani furono chiamati a votare per dodici referendum. Tre riguardavano la televisione commerciale, uno di questi mirava a ridurre la pubblicità durante i film, limitandola all'intervallo fra il primo e il secondo tempo. Il responso delle urne fu clamoroso. Gli elettori interpretarono il referendum come una questione di libertà e bocciarono a larga maggioranza i quesiti, difendendo la televisione che avevano contro le vaghe promesse circa quella che avrebbero potuto avere, e rivendicando il proprio diritto a scegliere quali e quanti canali guardare. Alberto Mingardi ricostruisce il dibattito di quei mesi sui pericoli della concentrazione del potere mediatico e sui timori relativi all'impatto culturale di questo medium e alla sua capacità di condizionamento dell'opinione pubblica. La crisi del vecchio sistema politico, infatti, fu anche quella del suo apparato mediatico: l'unica rivoluzione liberale che c'è stata in Italia è stata proprio la tv privata, emersa nonostante l'ostilità della politica e il peso del monopolio pubblico. In questo libro viene quindi raccontata la storia della tv privata in Italia a cavallo tra la fine della Prima Repubblica e l'inizio della Seconda, con l'avvento di Mediaset e di Berlusconi sulla scena politica. Ma dietro questa storia, ciò che Mingardi mette in mostra è la potenza di una teoria della libertà coerente in opposizione aperta alla regolamentazione dello Stato. Una tale teoria non può che portare, come viene dimostrato, a maggiore libertà di scelta e prosperità.

RIASSUNTO

La privatizzazione delle onde radio in America

Negli Stati Uniti già nel 1951 il canale CBS cominciò a mandare in onda programmi a colori, mettendo alla prova il proprio standard di trasmissione. L’FCC, l’ente che governa lo spettro elettromagnetico, abbracciò subito questa tecnologia. Parallelamente, anche il canale RCA lavorò su uno standard alternativo per il colore, che potesse offrire trasmissioni visibili anche sugli schermi in bianco e nero, evitando l’obsolescenza immediata di oltre 10 milioni di apparecchi già nelle case degli americani.

Sarà proprio la tecnologia RCA a imporsi, ma la disputa venne intercettata da un giovane studente di legge all’Università di Chicago: Leo Herzel, che aveva alle spalle la conoscenza del grande dibattito novecentesco sul calcolo economico in un’economia pianificata. Il grande economista austriaco Ludwig von Mises già negli anni Venti aveva sostenuto che il socialismo non poteva funzionare perché l’abolizione della proprietà privata impediva quella “asta perpetua” dei fattori produttivi che è tipica dell’economia di mercato. I socialisti come Abba Lerner avevano cercato di rispondere immaginando un “socialismo di mercato” capace di simulare alcune caratteristiche dell’economia di concorrenza anche in una economia interamente statalizzata.

Il giovane Herzel, esaminando le carte della causa della RCA contro la FCC, si chiese: perché non usare i prezzi per decidere l’ordine di precedenza delle diverse emittenti? La FCC potrebbe affittare i canali per un periodo di tempo limitato al miglior offerente, senza esprimere alcun giudizio sull’adeguatezza degli standard utilizzati dal richiedente. Un meccanismo d’asta neutrale avrebbe il vantaggio di sostituire l’arbitrio di un gruppo di esperti con le reali preferenze dei consumatori. Non c’è dubbio che lo spettro elettromagnetico sia una risorsa scarsa, perché se su una certa frequenza trasmette Tizio, non può trasmettere anche Caio, senza che i due segnali si disturbino a vicenda. Ma il fatto che sia scarso non significa che non possa avere un prezzo di mercato, proprio come i diamanti, le opere d’arte o le borsette di Gucci. La scarsità, di solito,

significa semplicemente che il prezzo è elevato, non che la risorsa debba essere gestita da un'autorità centrale.

La tesi di Herzel sarà fatta propria da Ronald H. Coase, futuro premio Nobel per l'economia, che nel 1959 scrisse un saggio fondamentale sulla FCC. Il punto centrale di Coase era che attribuire le licenze sulla base di un vago "interesse pubblico" invece che sulla base dei meccanismi di prezzo equivale, di fatto, a esercitare un potere editoriale: si decideva chi poteva trasmettere e, quindi, cosa veniva trasmesso. Un potere simile, se si trattasse della stampa, verrebbe considerato incompatibile con la libertà d'espressione.

La logica del "servizio pubblico" radiotelevisivo era nata in Inghilterra, per merito (o colpa) di John Reith, figlio di un ministro presbiteriano scozzese, che diventò il primo direttore della BBC. La radio e poi la televisione dovevano essere sottratte al mercato, questa era la sua tesi, perché la pubblicità avrebbe spinto a offrire programmi che incontravano il gusto del pubblico, e il gusto del pubblico non era sufficientemente raffinato. Il monopolio era l'unica garanzia del «diritto di stabilire quello che la gente poteva ascoltare, quantomeno nelle proprie case». Come dirà la figlia Marista, Reith aveva maturato l'idea che le trasmissioni radiotelevisive dovessero offrire alla popolazione «non tanto quello che essa desiderava, bensì quel che non sapeva ancora di volere».

La potenza della radio come mezzo di comunicazione aveva subito impressionato gli osservatori. Nel 1922 le tre iniziali BBC non dicevano nulla a nessuno, ma nel 1926 erano diventate una delle combinazioni di lettere più note del Paese. Già nell'Inghilterra degli anni Trenta le imprese che volevano farsi pubblicità cominciarono a chiedere spazi alla BBC. Perfino i programmi del canale francese Radio Tour Eiffel, captabili anche in Inghilterra, venivano sponsorizzati da aziende britanniche: il mercato trova sempre le proprie strade! Secondo Coase la giustificazione "tecnica" del monopolio, cioè la pretesa scarsità delle onde radio, non regge. Il punto reale è che il monopolio è l'unica garanzia del diritto di alcune élite di stabilire cosa il pubblico debba vedere e ascoltare.

La televisione come distopia?

François Truffaut, nel suo film *Fahrenheit 451* del 1966, fu esplicito: i cattivi non erano i pompieri che bruciavano i libri né l'autorità politica, ma la televisione. Sulla tettoia di Clarisse, la ragazza “diversa”, non c'era l'antenna televisiva che sveltava su tutte le altre case. Il romanzo di Ray Bradbury del 1953 racconta infatti una società nella quale l'infelicità è stata bandita attraverso l'intrattenimento pervasivo. Per mantenere la pace sociale in un Paese composito, dove convivono gruppi con caratteristiche diverse, si deve evitare tutto ciò che “divide”. I libri, che mostrano «i pori sulla faccia della vita», vengono bruciati. Al loro posto ci vogliono lo sport, il piacere fisico, e soprattutto il “soggiorno tv” con le pareti-schermi piatti.

La televisione, nelle distopie novecentesche, da Orwell a Huxley a Bradbury, è lo strumento ideale per mantenere il consenso in un Paese totalitario. Uno dei primi programmi televisivi andò in onda nel 1935, nella Germania nazista. Nel romanzo di Orwell *1984* il Grande Fratello proietta ogni giorno i «due minuti di odio», una cerimonia d'isteria collettiva. Ma Truffaut è ancora più radicale: non ci racconta un totalitarismo futuribile, bensì il presente degli anni Sessanta, con i suoi arredi a colori pastello, rassicuranti, allegri, banali.

Gli intellettuali marxisti contro la cultura popolare

La “società di massa” è una conseguenza diretta della modernità industriale. L'Inghilterra aveva circa 10 milioni di abitanti nel 1800; un secolo dopo, 44 milioni. L'aspettativa di vita alla nascita, a inizio Ottocento, era in Europa attorno ai 33 anni; nel 1900, di 42. La mortalità infantile crollò grazie alle politiche d'igiene, all'invenzione del sapone industriale, ai progressi della medicina. I redditi salirono. Più persone, con più soldi in tasca, cominciano a esprimere desideri e a soddisfare bisogni, a cercare intrattenimento. Nacque la “società di massa”: un'aggregazione di uomini medi che condividono consumi, abitudini, gusti.

Nessuno spende mai una buona parola per la classe media. Eppure, come osserva Tom Wolfe, è questa la vera condizione comune di tutto il mondo: la classe media crede nella pace, nell'istruzione, nel duro lavoro, nell'iniziativa, nella creatività. Il suo problema, agli occhi dell'intelligenza, è che ha gusti mediocri. La critica alla cultura di massa è, come ha notato

Edward Shils, di derivazione marxista: chi l'ha elaborata si aspettava che il proletariato fosse l'agente principale del progresso, ma ha trovato operai occupati a guardare la televisione e a comprare abiti di moda: «Si sentono offesi dall'arretratezza della massa della popolazione in cui un tempo pensavano di trovare l'agente principale e il più grande beneficiario del progresso».

Secondo Schumpeter, il capitalismo ha prodotto un surplus di intellettuali rispetto alla domanda. Molti finiscono impiegati in ruoli molto al di sotto delle aspettative create dagli anni di studio, e questa frustrazione sistematica li porta a un risentimento strutturale verso l'economia di mercato, che si manifesta come critica morale e culturale della società industriale. Il capitalismo è colpevole di aver creato un'industria culturale che si piega alle preferenze volgari del consumatore medio. L'idea di un medium pedagogico, capace di elevare i gusti del pubblico anziché assecondarli, nasce da questa mentalità. Dal Reith della BBC ai critici italiani degli anni Cinquanta, l'obiettivo è sempre lo stesso: non dare alla gente quello che vuole, ma quello che “deve” volere. La pubblicità è il demonio di questa visione, perché vincola la produzione culturale alla soddisfazione della domanda.

Eppure, come nota il filosofo Carlo Antoni, il medium televisivo e radiofonico rappresentava per un contadino del sud Italia o per un operaio di fabbrica «un immenso allargamento di orizzonte, un arricchimento della personalità, una liberazione». Lo schermo che trasmette *Dallas*, la saga dei petrolieri texani, nei Paesi del Patto di Varsavia convinse i telespettatori che meritavano anche loro auto lunghe come una barca e piscine grandi come una villetta: esattamente l'effetto opposto a quello che i censori comunisti si aspettavano permettendone la messa in onda come esemplificazione delle storture del capitalismo.

Paul Lazarsfeld, il grande sociologo empirico, aveva già mostrato nel 1955 che i media non sono una macchina per produrre automi passivi, perché le informazioni dei media esercitano il loro effetto tramite la mediazione delle comunicazioni personali che innescano. Pensare che le società moderne siano teleguidate dai media è solo una scorciatoia intellettuale che serve a trovare un cattivo nella nostra storia e a darci un colpevole cui addossare la responsabilità di tutto ciò che non ci aggrada nel mondo contemporaneo.

Le radici del sistema italiano

Quando i costituenti italiani misero mano alla Carta repubblicana, non volevano che si ripettesse il fascismo. Ma la transizione dal regime alla democrazia fu, sotto altri aspetti, più morbida di quanto si ricordi. Il Codice postale del 1936, con i suoi articoli sulle telecomunicazioni, sopravvisse intatto. La RAI, nata come EIAR nel regime fascista, cambiò nome ma non statuto giuridico fondamentale. L'IRI, il “convalescenziario” delle imprese italiane nato con la Grande Depressione, sopravvisse indenne al trapasso. Ettore Bernabei, ex direttore del *Popolo*, era l'uomo simbolo della RAI democristiana, di cui fu direttore generale dal 1961 al 1974. Sotto di lui, la tv pubblica divenne uno strumento di controllo politico, ma anche una delle migliori aziende televisive del mondo. La “strategia della dilatazione” — inflazionare dipendenti e costi per illudere i partiti di avere influenza mentre le redini restano saldamente in mano al direttore — lasciò però in eredità un'azienda gonfiata di clientelismo quando Bernabei se ne andò.

La concessione alla RAI, rinnovata per decreto nel 1952, garantì l'esclusiva per vent'anni sul sistema radiotelevisivo. I primi tentativi di aprire una breccia fallirono. Nel 1956 la Corte costituzionale, con una sentenza che trasfigurò una scelta politica in inevitabile vincolo tecnico, convalidò il monopolio sulla base della «limitatezza dei canali utilizzabili». Se ci fossero più operatori, «cadrebbero naturalmente nella disponibilità di uno o di pochi soggetti, prevedibilmente mossi da interessi particolari», mentre lo Stato, va da sé, seguiva la stella polare dell'interesse generale.

L'assetto della televisione fu da subito oggetto di scontro politico. I partiti laici e di sinistra volevano togliere al governo il controllo sulla concessionaria e assicurare l'accesso dei partiti per la propaganda. Ma l'idea che il monopolio potesse essere superato aprendo il mercato fece una sua fugace apparizione solo per essere immediatamente accantonata. Ernesto Rossi, uno degli spiriti più liberali della storia d'Italia, che pure aveva avuto l'intuizione di proporre le privatizzazioni dei residui bellici dopo la guerra, non riuscì a immaginare che questo valesse anche per la televisione perché, a suo avviso, i «padroni del vapore» avrebbero messo il nuovo medium al servizio di qualche capo politico. La riforma del 1975 confermò il monopolio, introdusse la “parlamentarizzazione” della Rai e con essa la lottizzazione istituzionalizzata. La

nascita della Terza Rete nel 1979 aggiunse un posto a tavola al PCI, completando il quadro spartitorio. I partiti si illusero che il controllo del mezzo garantisse il controllo del consenso.

La nascita della tv privata

La Corte costituzionale, con le sentenze del luglio 1974, aveva però aperto una prima breccia affermando che i ripetitori delle tv straniere (come TV Capodistria, Radiotelevisione Svizzera di lingua italiana e Telemontecarlo) non potevano essere bloccati, e che la tv via cavo locale era lecita. Nel luglio 1976, con la sentenza 202, la Corte dichiarò incostituzionale il monopolio per l'emittenza locale via etere affermando che il pericolo di oligopolio «non sussiste», proprio per lo stato di fatto degli impianti abusivi già esistenti. Era la legittimazione della tv privata, sia pure a livello locale. La prima stazione televisiva privata degna di questo nome era già nata nel 1971, quando Peppo Sacchi, ex regista Rai, registrò Telebiella come “periodico a mezzo video”. Lo spense il decreto del ministro delle Poste Giovanni Gioia nel maggio 1973, ma il processo ormai era avviato.

L'esplosione della tv privata seguì una logica spontanea e dal basso. Non c'era un piano, non c'era uno Stato che regolava e organizzava: c'erano ex registi con il pallino delle apparecchiature d'avanguardia, brevettatori seriali, giovani baldanzosi che scalavano le colline con i registratori. La politica cercò di bloccarli, ma le sentenze della Corte li legittimarono. Dal 1974 al 1982 si produsse quindi una vera e propria liberalizzazione: un settore chiuso, consegnato per legge a un unico operatore, si aprì a una grande varietà di soggetti.

Berlusconi arrivò alla televisione attraverso un percorso insolito. Nel 1976 rilevò Telemilanocavo, la televisione via cavo installata a Milano 2, la sua città satellite, per la somma simbolica di una lira. Nel 1979 avvenne la mutazione: Telemilano cominciò a trasmettere via etere sulla frequenza UHF 58, ribattezzata Telemilano 58. Tra le trasmissioni c'era *I sogni nel cassetto* condotta da Mike Bongiorno, che fu il primo vero successo della tv non statale. Da quel momento la sua strategia fu chiara: competere con la Rai per un'offerta televisiva diversa, più ottimista e spigliata, tarata su una domanda di mercato a cui la tv pubblica non sapeva rispondere.

Il sistema del “pizzone”, cioè rifornire quotidianamente le varie sedi locali con videocassette mandate in onda alla stessa ora, simulava la diretta nazionale pur restando formalmente nel rispetto della norma che limitava le emittenti private all’ambito locale. Le reti restavano giuridicamente locali, ma la programmazione era unica a livello nazionale. Nacque Publitalia ‘80, la concessionaria pubblicitaria che raccoglieva in esclusiva la réclame per Canale 5, poi Italia 1 e Rete 4.

Berlusconi e Dell’Utri intercettarono così quella galassia di aziende italiane che voleva farsi pubblicità ma non sapeva come farlo. Il modello funzionò perché rispondeva a una domanda reale: gli inserzionisti volevano raggiungere una platea nazionale con un linguaggio televisivo efficace, mentre i telespettatori volevano vedere qualcosa di diverso rispetto alla RAI. La concorrenza tra reti costrinse a sviluppare nuovi strumenti di misurazione come l’Auditel, e spinse la RAI stessa a migliorarsi.

La fine della Prima Repubblica

Il 1994 fu l’anno in cui tutto cambiò. Due anni prima, le elezioni del 1992 avevano già segnalato una frattura: la Lega Nord era passata da una rappresentanza minima a 55 deputati e 25 senatori. Le inchieste di Mani pulite cominciavano a decapitare la classe politica: nel 1993 vennero arrestati il presidente dell’ENI Gabriele Cagliari e quello dell’IRI Franco Nobili; comparvero davanti ai magistrati Carlo De Benedetti, Fedele Confalonieri, Cesare Romiti; il *deus ex machina* della Montedison Raul Gardini si sparò in casa propria. Nel biennio di Mani pulite si contarono 41 suicidi.

Il contesto in cui tutto questo accadde era profondamente cambiato: dopo il 1989, il comunismo era tornato a essere un’idea e non un sistema di potere; dunque, la pregiudiziale contro il PCI era venuta meno. Quarant’anni al governo avevano sfinito i partiti di governo. I partiti storici — il liberale, il repubblicano, il socialdemocratico — sparirono o quasi. Il Partito socialista di Craxi, che alle elezioni del 1992 aveva ancora il 13,6% dei voti, precipitò nell’abisso delle inchieste giudiziarie. La Lega Nord aveva individuato un nervo scoperto: la questione fiscale. La pressione fiscale tra il 1964 e il 1994 era praticamente raddoppiata, dal 28% al 45% del Pil,

mentre il debito pubblico era passato dal 30% circa al 100%. Eppure nessuno ne parlava. Il «paga e taci, somaro del Nord» di Bossi coglieva un malessere reale: la politica aveva trattato i ceti produttivi come bancomat, spostando risorse dal Nord attraverso meccanismi opachi di intermediazione politica.

Il processo politico si intrecciò con quello giudiziario in un modo che, ancora oggi, divide gli italiani. Da una parte c'era la speranza che i magistrati facessero pulizia di un sistema corrotto; dall'altra, il dubbio che la strategia della custodia cautelare come strumento d'indagine — contare sul fatto che persone abituate a una vita confortevole parlassero una volta sperimentato il carcere — stava producendo una giustizia politicamente orientata.

In questo clima di crollo delle certezze, fece il suo ingresso sulla scena politica Silvio Berlusconi. Il 26 gennaio 1994 annunciò la propria «discesa in campo» con un videomessaggio mandato in onda sulle sue reti televisive. Era la prima volta che un imprenditore televisivo usava i propri canali per annunciare la propria candidatura politica. Avversari e commentatori grideranno al conflitto d'interessi. Ma l'episodio rivelava qualcosa di più profondo: il modo in cui il vuoto lasciato dalla Prima Repubblica veniva colmato.

La vera “rivoluzione” di Berlusconi

Cosa sarebbe successo se, invece di Berlusconi, fosse «sceso in campo» Giovanni Agnelli? Facciamo un esperimento mentale: il proprietario della Fiat e della *Stampa*, preoccupato per la probabile vittoria del partito postcomunista, viene convinto da Mario Segni a candidarsi come *frontman* di una coalizione moderata. L'8 gennaio 1994 entra nella redazione della *Stampa* ad annunciare la propria candidatura. *Il Giornale* dà la notizia in sordina, su *Repubblica* Giampaolo Pansa scrive un corsivo velenoso, ma tutto finisce lì: che il proprietario di un giornale, entrando in politica, se lo ritrovasse al suo fianco, era considerata un'ovvietà che non meritava commenti.

Secondo esperimento mentale: Indro Montanelli convince Berlusconi a scendere in campo per «portare la filosofia del *Giornale* in Parlamento». L'8 gennaio 1994 Berlusconi visita la redazione del *Giornale* in via Negri. I telegiornali danno la notizia in sordina, su *Repubblica* si scrive un corsivo velenoso, ma tutto finisce lì. È la stessa reazione del primo scenario.

La differenza con quanto effettivamente accadde — con l'indignazione per il «conflitto d'interessi», le accuse di «presidio del fortino» televisivo — non sta nel fatto che Berlusconi abbia usato le sue reti per fare politica. Sta nel fatto che quelle reti erano televisioni, non giornali. Il dibattito italiano sul rapporto tra proprietà editoriale e libertà d'informazione ha sempre avuto come presupposto che il problema si ponesse solo per la televisione, non per la carta stampata.

La campagna elettorale del 1994

La campagna del 1994 fu la prima nella quale si perse ogni separatezza tra la campagna elettorale e la normale programmazione televisiva. L'informazione politica esplose: nel 1992 le trasmissioni politiche erano 229, nel 1994 divennero 122, ma con un ascolto medio che salì da 860.000 a 1,7 milioni. La domanda crebbe, l'offerta si concentrò. La polemica per l'eccesso di spot Fininvest e per la «pubblicità occulta» — Ambra che faceva dire al Padreterno che votava Forza Italia, Mike Bongiorno che diceva «se ha fatto questo, farà ben altro» — attraversò tutta la campagna. Ma il politologo Giovanni Sartori, in presa diretta, notò che sulle reti Fininvest i partiti di sinistra avevano più voce di quelli di destra, e per giunta i loro esponenti erano più bravi ad adoperare il video.

Chi votò Berlusconi il 27 marzo 1994 non fu vittima di un sortilegio televisivo. La spiegazione dello “*Screenslaver*” — il cattivo del film d'animazione *Gli incredibili 2*, che ipnotizza le persone attraverso il video — è comoda ma falsa. Il comportamento elettorale è una faccenda rispetto alla quale è improvvido fingere di saper ricondurre tutti gli effetti a delle cause. Buona parte degli elettori decide nelle ultime due settimane, e questo è l'esito della fine di appartenenze granitiche trasmesse di padre in figlio, non di una manipolazione televisiva.

Il duopolio e le sue polemiche

L'acquisizione di Italia 1 nel 1982 e di Rete 4 nell'agosto 1984 portò Berlusconi ad avere tre canali televisivi privati nazionali. A tre canali Rai si contrapponevano ora tre canali Fininvest. Per Berlusconi era la precondizione di una concorrenza che potesse essere veramente tale: se due squadre si affrontano in campo, devono avere lo stesso numero di giocatori. I suoi avversari

lo chiamano “duopolio”, ma è un duopolio che ha liberalizzato il mercato televisivo. Dal 1954 al 1976, il servizio pubblico metteva in onda un centinaio di film l’anno. Nel 1981 venivano trasmessi più di 400 film l’anno e sei anni dopo il numero era arrivato a circa 1.300, equivalente alla metà di tutti i film che la Rai aveva trasmesso in tutto il periodo monopolistico. La concorrenza porta più scelta, non meno.

Il momento più drammatico fu l’oscuramento ordinato dai pretori di Roma, Torino e Pescara nell’ottobre 1984. I tre magistrati decisero che la trasmissione simultanea di medesimi programmi da parte delle emittenti private violava il monopolio della Rai. A Torino si formarono capannelli in piazza come nelle stagioni pre-elettorali. Migliaia di cittadini telefonarono a Palazzo Chigi, alle preture, ai giornali. Il presidente del Consiglio Bettino Craxi anticipò il ritorno da Londra per approvare d’urgenza il “decreto Berlusconi”.

La querelle sulla pubblicità nei film attraversò tutti gli anni Ottanta. Federico Fellini, che pure aveva fatto pubblicità per Barilla, Bitter Campari e la Banca di Roma, si mise in testa al partito che non reggeva le interruzioni pubblicitarie. La campagna «Non s’interrompe un’emozione» fu promossa da Walter Veltroni e accompagnò i lavori parlamentari sulla legge Mammì. Il film *Ginger e Fred* di Fellini fu la risposta artistica più compiuta: un varietà televisivo come metafora di tutto ciò che è falso e banalizzante nella comunicazione contemporanea. Il punto di vista degli intellettuali è sempre quello degli autori, mai quello degli spettatori.

La legge Mammì e i referendum del 1995

La legge sulla Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato venne emanata nell’agosto 1990, durante il settimo governo Andreotti, con il ministro delle Poste Oscar Mammì. Fu la prima legge organica sul settore dalla legislazione del regime fascista. Fotografò l’esistente, il duopolio Rai-Fininvest, senza scioglierlo, limitandosi a introdurre alcuni vincoli sulle concentrazioni (Berlusconi cedette al fratello Paolo il *Giornale* e si sgravò della nascente pay tv Tele+), tetti pubblicitari e quote di produzione europea.

La gestazione fu travagliata: cinque ministri della sinistra Dc abbandonarono polemicamente il governo. La votazione avvenne una domenica d’agosto, a scrutinio palese e senza che venisse

posta la fiducia, resa possibile dal fatto che i senatori del Partito comunista deliberatamente non chiesero la verifica del numero legale, che non c'era. Il Pci, che aveva combattuto per anni le televisioni di Berlusconi, salvò la legge che le legittimava. Poco importa: nel 1995 saranno promossi i referendum per eliminarla.

I referendum del 11 giugno 1995 volevano ridurre il numero di canali televisivi nazionali che potevano essere in capo a uno stesso soggetto. L'obiettivo dichiarato era quello di rompere il duopolio, ma l'effetto pratico sarebbe stato la scomparsa di Rete 4. Il 57% degli italiani si recò alle urne per votare dodici quesiti referendari, alcuni dei quali riguardavano la televisione, e a larga maggioranza bocciarono il tentativo di limitare il numero dei canali e la raccolta pubblicitaria televisiva. Anche il referendum che rendeva possibile la privatizzazione della RAI registrò un 55% di favorevoli. Si trattò di una vera e propria rivoluzione liberale nascente dal basso. Anche molti elettori di sinistra difesero la libertà di scelta televisiva.

L'avversione culturale per la televisione commerciale, che animò quindici anni di battaglie legislative, non produsse però nessuna seria proposta alternativa. L'idea di una televisione educativa e pedagogica sopravvisse come nostalgico rimpianto per un passato che probabilmente non era mai esistito nella forma con cui lo si ricorda. Infatti, non sarà una legge a metter fine al "duopolio", ma la tecnologia, con l'esplosione delle piattaforme digitali.

Dalla tv ai social media

Tutto cambia meno la natura dell'uomo e il desiderio di manipolarla. Oggi, sostituendo la parola "televisione" con "social media", il quadro si fa immediatamente meno chiaro. Contro i social sono state rovesciate le stesse accuse che investono di norma il nuovo mezzo di comunicazione del momento: come alla televisione trent'anni fa, ai social viene imputata la polarizzazione politica; come alla radio cent'anni fa, ai social viene attribuita la colpa di aver "privatizzato" la dimensione pubblica.

I social assomigliano troppo ai loro utenti, consentono a chiunque di avere una platea, hanno fatto saltare i filtri che disciplinavano il sistema dell'informazione, alimentano il divismo e consumi puramente voluttuari. Ogni mezzo d'informazione ha i suoi protagonisti — quelli che

vi hanno familiarizzato per primi, di solito erano estranei al mondo dei media consolidati. Come nell'epoca eroica della tv privata, gli editori della carta stampata che si cimentano con esso non sanno bene che farci.

La differenza cruciale rispetto alla televisione è che web e social sono fenomeni internazionali, e le armi della legislazione nazionale sono spuntate. Si agisce quindi sul versante della regolamentazione dei comportamenti: si pensa cioè di mettere la mordacchia alla libertà di parola. L'amministrazione Biden ha esercitato forti pressioni su Facebook perché rendesse impossibile la diffusione di certe opinioni durante la pandemia Covid-19. Elon Musk è considerato un nemico della democrazia non perché abbia deciso di censurare dei contenuti, ma perché ha scelto di non farlo.

Liberalismo come libertà di parola e libertà di mercato

La vicenda della televisione italiana suggerisce che il "liberalismo" è una parola vuota in assenza di due cose: libertà di parola e libertà di mercato. L'una e l'altra sono necessariamente imperfette e parziali. Averne un po' di più è di solito meglio che averne un po' di meno. Ma questo costringe ad accettare che il mercato produrrà molte cose che non ci garbano, e lo stesso farà il mercato delle idee. La libertà di parola include il diritto di rispondere a quelle che ci paiono sciocchezze e di rifiutarci di ascoltarle, ma ci obbliga soprattutto a riconoscere a tutti il diritto di dire ciò che desiderano. L'idea che ciò vada limitato in nome di un bene superiore ci porta su un terreno scivoloso.

Martin Gurri ha letto gli sconvolgimenti degli ultimi anni come l'esito di una tensione fra «due forze strutturali in collisione permanente: il pubblico, organizzato in reti, e il governo (autorità), organizzato gerarchicamente». Ma abbiamo assistito a dinamiche simili ogni volta che un nuovo medium è giunto sulla scena. L'ultimo arrivato deve per forza appellarsi a preferenze e bisogni non soddisfatti delle persone. Deve proporsi di dare loro ciò che vogliono, e non ciò che altri desiderano che vedano, ascoltino, leggano.

CITAZIONI RILEVANTI

Cos'è la libertà per un liberale

«La libertà di cui parlo» scriveva Luigi Einaudi mentre albergava l'Italia repubblicana «non è quella della coscienza individuale, la quale vive anche nelle galere e nei campi di concentramento e fa gli eroi ed i martiri; ma è la libertà pratica dell'uomo comune.» La libertà «di esporre pubblicamente, senza timore, il proprio pensiero» e di «dir corna del prossimo e del governo, e massimamente di questo». La libertà di provare per quel che si può a fare il lavoro che più ci garba. La libertà «di muoversi da luogo a luogo senza sottostare a vincoli che, quando ci sono, non sono nient'affatto diversi dal domicilio coatto o dalla servitù della gleba». «Oh libertà preziosa / conosciuta così male da chi la possiede.» Questa libertà concreta è la meno cara ai teorici, che si esercitano ad altre altezze, e ancor meno piace agli attivisti politici, perché non regala utopie per cui lottare. Chi mai s'immolerebbe per la libertà di andare a fare la spesa? Infatti non lo fa nessuno. Se il liberalismo offre una definizione di libertà un po' più precisa e meno insostenibilmente vaga di altre, però, è proprio questa» (p. 90).

La regolamentazione delle tv serviva a garantire il monopolio di Stato

«Nel catalogo delle idee liberali, la certezza del diritto e il rispetto della legge occupano un posto centrale. Sia per limitare il potere dello Stato, sia per irrobustire le fragili speranze di una convivenza un po' più civile. E tuttavia, per quanto sia importante ricordare che regole stabili di solito giovano alla crescita economica, consentendo alle persone di rischiare senza temere che la partita sia truccata, le regole non sono tutte uguali. Non tutte le leggi sono i dieci comandamenti, nella più parte dei casi sono l'esito imperfetto di imperfettissimi legislatori. Le regolamentazioni che governavano la televisione, dichiaratamente progettate per tutelare il monopolio pubblico, erano regole del gioco che non avrebbero mai consentito la discesa in campo di altri giocatori» (p. 342).

La censura viene giustificata in nome di un "bene superiore" ma è un attacco alla libertà

«La regola d'oro della società libera è sempre la stessa: non mi piace quel che dici, non mi piace quel che fai, ma combatterò affinché tu lo possa dire e affinché tu lo possa fare. Eppure, negli ultimi anni sono in buona parte coloro che si definiscono «liberali», e che si oppongono a quelli

che chiamano «populisti», a pretendere che costoro non abbiano possibilità di esprimersi. La libertà di parola include il nostro diritto di rispondere punto su punto a quelle che ci paiono sciocchezze e anche quello di rifiutarci di ascoltarle, ma ci obbliga soprattutto a riconoscere a tutti il diritto di dire ciò che desiderano. L'idea che ciò vada limitato in nome di un bene superiore ci porta su un terreno scivoloso. Nel 1994-95 si prova a proibire la variante «commerciale» della libertà di parola, esagerando il potere attribuito ad alcuni spot. Oggi si cerca di limitare la circolazione di idee «pericolose», che si parli di vaccini e di geopolitica, sostenendo che la legittimità di un medium si appoggerebbe proprio a quello: alla capacità di impedirci di ascoltare, sia pure di sfuggita o per sbaglio, quel che non vogliamo ascoltare» (p. 349).

PUNTI DA RICORDARE

- Lo spettro elettromagnetico non è intrinsecamente scarso: la scarsità fu una costruzione regolativa per giustificare il controllo statale.
- Herzel e Coase dimostrarono già negli anni Cinquanta che i diritti sulle frequenze potevano essere assegnati tramite mercato anziché da un'autorità centrale.
- Assegnare licenze sulla base dell'«interesse pubblico» equivale a esercitare un potere editoriale: chi decide chi trasmette, decide cosa viene trasmesso.
- Il modello Reith della BBC nacque dall'idea esplicita che il pubblico non dovesse ricevere ciò che desidera, ma ciò che non sa ancora di volere.
- Il monopolio pubblico radiotelevisivo non nacque da necessità tecniche ma da una scelta politica precisa.
- Gli intellettuali osteggiarono sistematicamente la televisione commerciale per ragioni elitarie, muovendo da un risentimento verso un pubblico che consumava invece di emanciparsi.
- La critica alla cultura di massa aveva radici marxiste: chi si aspettava il proletariato come agente del progresso trovò invece operai davanti al televisore.
- Il capitalismo, secondo Schumpeter, ha prodotto un surplus di intellettuali frustrati che trasformarono il loro malcontento in critica morale all'industria culturale.
- La televisione commerciale fu invece, per molti contadini e operai del dopoguerra, un reale allargamento di orizzonte e una forma di liberazione culturale.

- I media non producono automi passivi: Lazarsfeld dimostrò che la comunicazione avviene attraverso reti di influenza personale, non per manipolazione diretta.
- La RAI nacque come istituzione del regime fascista e sopravvisse praticamente intatta, per struttura e codice giuridico, alla transizione repubblicana.
- La Corte Costituzionale del 1956 convalidò il monopolio trasformando una scelta politica in un vincolo tecnico, usando la “limitatezza dei canali” come alibi.
- La riforma del 1975 non aprì il mercato ma istituì la “parlamentarizzazione” della RAI, istituzionalizzando la lottizzazione tra i partiti.
- La nascita della Terza Rete nel 1979 fu semplicemente l’aggiunta di un posto a tavola per il PCI, completando il sistema spartitorio.
- La liberalizzazione televisiva avvenne nonostante la politica, non grazie a essa: fu il mercato a imporla dal basso, attraverso emittenti locali spontanee.
- Telebiella, nata nel 1971, fu la prima crepa nel monopolio: lo Stato la spese per decreto, ma il processo era già avviato.
- La sentenza 202 del 1976 della Corte Costituzionale dichiarò incostituzionale il monopolio per l’emittenza locale, aprendo la strada alla moltiplicazione delle TV private.
- Berlusconi arrivò alla televisione dal settore immobiliare, acquistando Telemilanocavo per una lira nel 1976 e trasformandola gradualmente in rete nazionale.
- Il sistema del “pizzone” — videocassette distribuite ai nodi locali da mandare in onda alla stessa ora — simulava la diretta nazionale rispettando formalmente i limiti territoriali imposti dalla legge.
- Publitalia ‘80 intercettò una domanda pubblicitaria reale: imprese italiane che volevano accedere a un mercato televisivo nazionale fino ad allora inaccessibile.
- La concorrenza televisiva portò più film, più scelta e l’introduzione dell’Auditel, spingendo anche la RAI a migliorare la propria offerta.
- L’oscuramento del 1984 ordinato da tre pretori fu il momento di massima tensione: i cittadini telefonarono a Palazzo Chigi e il governo Craxi intervenne d’urgenza con un decreto.
- Il “decreto Berlusconi” del 1984 sancì politicamente il duopolio RAI-Fininvest rinunciando a una regolazione pluralista.

- La campagna “Non s’interrompe un’emozione” contro la pubblicità nei film rispecchiava il punto di vista degli autori, mai quello degli spettatori.
- La legge Mammi del 1990 fotografò e cristallizzò l’esistente invece di riformarlo, consolidando la concentrazione anziché correggerla.
- Il PCI, che aveva combattuto per anni le televisioni di Berlusconi, salvò paradossalmente la legge che le legittimava astenendosi dal chiedere la verifica del numero legale.
- Mani pulite e il crollo della Prima Repubblica crearono il vuoto politico che Berlusconi colmò, entrando in politica con un videomessaggio mandato in onda sulle proprie reti.
- L’indignazione per il “conflitto d’interessi” di Berlusconi si applicò alla televisione ma non alla carta stampata: Agnelli con la Stampa non avrebbe generato lo stesso scandalo.
- Chi votò Berlusconi nel 1994 non fu vittima di un sortilegio televisivo: il comportamento elettorale non si spiega con la manipolazione mediatica.
- I proponenti dei referendum del 1995 furono sonoramente sconfitti dai cittadini italiani
- Il duopolio non fu superato per legge ma dalla tecnologia, con le piattaforme digitali.
- I dibattiti odierni sulla regolazione dei social media replicano gli stessi argomenti usati per giustificare il monopolio televisivo, con gli stessi rischi di limitare la libertà d’espressione.
- La pressione dell’amministrazione Biden su Facebook durante il Covid ricalca la logica dei vecchi censori: qualcuno deve decidere cosa il pubblico può o non può vedere.
- Il liberalismo è una parola vuota senza libertà di parola e libertà di mercato insieme: accettare il mercato significa accettare che produca molte cose che non ci garbano.
- La liberalizzazione televisiva italiana è stata l’unica vera rivoluzione liberale del dopoguerra, conquistata dalla domanda popolare contro la volontà delle élite politiche e culturali.

L'AUTORE



Alberto Mingardi (Milano, 1981), dopo aver conseguito il dottorato in Scienza della Politica presso l'Università di Pavia, è stato fra i fondatori dell'Istituto Bruno Leoni, celebre think tank italiano che promuove le idee a favore del libero mercato, di cui ancor oggi riveste la carica di direttore. È professore associato di Storia delle dottrine politiche all'università IULM di Milano, presidential fellow in Political Theory alla Chapman University di Orange County (California), nonché adjunct scholar del Cato Institute di Washington DC. Giornalista, scrittore e studioso di molteplici questioni legate alle politiche pubbliche, collabora con numerose testate nazionali e internazionali, fra cui “La Stampa”, “Il Sole 24 Ore”, “The Wall Street Journal”, “The Washington Post”, “The New York Times International Edition”, “Financial Times”. I suoi interessi scientifici sono legati alla storia delle dottrine politiche e in particolar modo ha studiato il pensiero di autori quali Herbert Spencer, Thomas Hodgskin, e Antonio Rosmini. È altresì autore di libri di divulgazione economica, fra cui *Lettera a un amico no global* (2004), *Spiriti animali* (scritto con Ettore Gotti Tedeschi, 2007), *L'intelligenza del denaro* (2013), *Thomas Hodgskin, discepolo anarchico di Adam Smith* (2016) e *La verità, vi prego, sul neoliberalismo* (2019), *Contro la tribù* (2020), *Capitalismo* (2023), *Meglio poter scegliere* (2025).

NOTA BIBLIOGRAFICA

Alberto Mingardi, *Meglio poter scegliere. I referendum del 1995 e la battaglia per la televisione commerciale*, Mondadori, Milano, 2025, p. 420.

INDICE DEL LIBRO

- VII *Prefazione* — di Luca Josi
- 3 Premessa
- 13 I. «In the Previous Episodes»
Un antefatto americano
Il modello inglese
- 42 II. La cultura di massa e i suoi nemici
L'antenna sul tetto
«Una marea de ggente»
La classe media non piace a nessuno
I sacerdoti della penna
Una massa di automi
- 78 III. La lunga marcia
Eteree discontinuità
Il mercato, mai
Il privato che non c'è stato
Eppur s'è mosso
Il Natale, quando arriva arriva
C'era una volta il West
Ciò che non ti uccide...
Non s'interrompe un'emozione. Primo atto

- 165 IV. Annus horribilis
«Goodbye to All That»
Gli elementi del disastro
L'amaro calice
Dalle prime battute
Attacco alla Rai?
Aria di Roma andalusa
- 217 V. La libertà di stampa, per fatto personale
In un'altra Italia
La vocazione dell'editore
Padri e padroni
Fratelli separati
- 243 VI. L'unica rivoluzione liberale che c'è stata
A me gli occhi
La saggezza dell'età
«Les jeux sont faits»
Il nodo dell'impiccato
Quelli che meno s'ingannano
Patti senza spada
Alfieri e cavalli
Il cambio del vento
Amnesia
- 345 P.S.
- 351 Note
- 387 Ringraziamenti
- 389 Indice dei nomi