

4. Monitoraggio sulla diversità e il pluralismo nei media portoghesi

Carla Baptista, Francisco Rui Cádima, Luís Oliveira Martins,
Marisa Torres da Silva⁸⁶

Questo saggio affronta il tema del pluralismo e della diversità culturale in Portogallo a due livelli: il primo, basato sul modello generale di monitoraggio che viene implementato in Europa (MPM - *Media Pluralism Monitor*) e di cui esistono già risultati generici dai rapporti del 2015-17; il secondo, sviluppando un progetto di ricerca sulla televisione pubblica e la diversità culturale in Portogallo, sulla programmazione dei canali pubblici generali portoghesi e la pluralità di contenuti, espressione culturale, diversità e inclusione.

⁸⁶ Componente di ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA- Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Portogallo

4.1 Monitoraggio del settore dei media in Portogallo

Dal modello di monitoraggio generale applicato in Portogallo nel periodo 2015-2017 (MPM), abbiamo raggiunto una serie di conclusioni più complete sul sistema dei media portoghesi. Il caso portoghese sembra essere generalmente positivo - non ci sono grandi domini con alti livelli di rischio - sebbene ci siano una serie di problemi da risolvere. Per quanto riguarda il quadro giuridico, vi sono una serie di regole specifiche e generali per l'adempimento del pluralismo dei media. L'Autorità di Regolamentazione Portoghese dei Media (ERC) monitora le principali questioni nel settore dei media: trasparenza della proprietà, pluralismo politico, obblighi contrattuali del PSM, indipendenza delle società dei media ecc. - attraverso audit, relazioni e vari studi.

Ci sono alcuni rischi rispetto all'indipendenza editoriale e / o al rispetto degli standard professionali a causa della ridotta efficacia del consiglio etico del sindacato. La cultura dell'autoregolamentazione è fragile a causa della bassa assertività o addirittura della mancanza di consigli redazionali nella maggior parte delle società di media, specialmente quelle già formate nel contesto digitale. La Commissione per l'Albo Professionale del Giornalista (*Comissão da Carteira Profissional de Jornalista*) - CCPJ è il più importante organo di co-regolamentazione, responsabile per il rilascio della tessera professionale obbligatoria e per assicurare che i giornalisti rispettino i loro obblighi legali, come stabilito nello Statuto dei Giornalisti. Si ritiene che il CCPJ abbia un'azione di coregolamentazione, poiché i suoi poteri disciplinari sono solo parziali. Non ha ancora conquistato un posto di rilievo pubblico in termini di formazione del panorama etico-giornalistico ed è percepito principalmente tra la comunità professionale come un'entità burocratica. Ma il vero problema

che mina l'indipendenza del giornalismo portoghese dai poteri economici e politici è la crisi finanziaria strutturale, in particolare nei mezzi di comunicazione stampati. Numerosi studi e ricerche indicano che la professione soffre a causa di precarie condizioni di lavoro, stipendi bassi, fuga di cervelli e incapacità di attrarre e trattenere i giovani professionisti che lasciano il lavoro non appena trovano un altro migliore.

In relazione al servizio pubblico dei media, ci sono aspettative positive dopo la creazione del Consiglio Generale Indipendente (*Conselho General Independente*) nel settembre 2014, ma dobbiamo aspettare e vedere i principali risultati di questo nuovo organismo di vigilanza, responsabile della scelta del consiglio di gestione del PSM. Potrebbero esserci alcune situazioni generiche da migliorare nel sistema portoghese, in particolare: questioni di autoregolamentazione e indipendenza del servizio pubblico dei media, pluralità e diversità delle notizie e accesso di gruppi sociali e culturali ai media, delle comunità locali ecc.

Nella legislazione sui media, la questione del pluralismo ha diversi riferimenti, in particolare la proprietà, la concorrenza e il pluralismo dei media. Tuttavia, studi accademici e altri studi sul pluralismo dei media (a livello globale) potrebbero non garantire una migliore analisi di specifiche categorie di contenuti, come la pluralità di voci politiche (cioè non esclusivamente sullo spettro politico): altre voci di cittadinanza, studenti, minoranze, gruppi etnici, associazioni civiche, ONG ecc. In questo caso, le metodologie di ricerca dovrebbero dare maggior peso a questo ambito/categoria "altre voci" al fine di rafforzare i criteri e la specificità del pluralismo politico nei media.

In termini di pluralità di mercato, il livello generale di rischio rilevato da MPM è moderato. Indicatori relativi alla fattibilità dei media e all'influenza commerciale / proprietaria sul contenuto editoria-

le non mostrano livelli di preoccupazione. Tuttavia, la crescente concentrazione di proprietà sta creando rischi moderati o elevati. Uno dei problemi principali in Portogallo è l'assenza di una legge generale sulla concentrazione dei media. Non ci sono limiti oggettivi alla proprietà incrociata di diversi media. Le fusioni e le acquisizioni tra società di media sono esaminate (caso per caso) dall'autorità della concorrenza (AdC) e dall'autorità dei media (CER).

Le leggi che regolano la proprietà sono implementate all'interno di ciascun sottosettore. Nel sottosettore televisivo esistono soglie basate su criteri oggettivi. La regolamentazione della televisione menziona gli standard quantitativi. La legge n. 8/2011 (articolo 4-B) stabilisce che nessuna entità individuale o collettiva è autorizzata a controllare più del 50% del numero totale di licenze di trasmissione televisiva gratuite.

Un'eccessiva concentrazione orizzontale dei media può essere prevenuta mediante regole generali di concorrenza che tengono conto delle specificità del settore mediatico. L'autorità della concorrenza (AdC) e l'autorità dei media (ERC) possono intervenire se necessario.

L'MPM rivela, tuttavia, livelli significativi di concentrazione orizzontale nel settore dei media nel 2017 che dovrebbero essere affrontati dalle autorità. Nello specifico, nei mercati televisivi "free to air", vi è una notevole concentrazione che coinvolge TVI (proprietà privata), SIC (proprietà privata) e RTP (servizio pubblico). I mercati dei media portoghesi hanno, nella maggior parte dei casi, una struttura oligopolistica. Negli ultimi decenni, ci sono stati significativi cambiamenti aziendali che hanno contribuito a livelli più alti di monomedia, multimediale e concentrazione verticale.

Il gruppo Impresa, il principale attore, è presente in televisione, ma anche in stampa e nei contenuti digitali. Group Media Capital, anche un operatore molto importante, è presente in televisione, radio e contenuti digitali. Group Cofina è presente nei mercati della

stampa, dei contenuti digitali e della televisione via cavo.

In termini di trasparenza della proprietà, una legge recente (Legge N. № 78/2015) regola tutti i mercati dei media. Questa legge contiene obblighi di trasparenza che obbligano le società dei media a pubblicare le loro strutture di proprietà. Ci sono sanzioni nei casi in cui le aziende non rispettano i loro obblighi. Sebbene sia troppo presto per valutarne la piena efficacia, diversi studiosi e analisti considerano la legge N. 78/2015 un buon passo avanti verso una maggiore trasparenza tra i mercati dei media.

4.2. Lo stato dell'arte

Nell'ambito di questo progetto, e in particolare nel contesto che stiamo proponendo – ad es. diversità culturale e inclusione sociale nella programmazione dei media pubblici –le principali domande a cui stiamo cercando di aggiungere valore riflessivo e analitico, trattano una questione accademica che riteniamo cruciale e che intendiamo spiegare attraverso l'attuazione di una valutazione e il monitoraggio dell'etica della trasmissione dell'operatore pubblico portoghese, in particolare con riguardo alla determinazione e agli aspetti critici che sono stati identificati dalla nostra comunità accademica: la questione del pluralismo nel servizio pubblico, la varietà della programmazione e le successive mimetiche riguardanti la programmazione fornita dagli operatori privati, nonché l'esperienza, la partecipazione e l'accesso al diversità culturale e universo della cittadinanza.

Come detto, è importante definire e impostare, dall'inizio, il quadro concettuale per i principali aspetti tematici di questo argomento e quindi rivedere e sistematizzare, alla luce dei nuovi contesti teorici e dei quadri giuridici relativi alla transizione al digitale, la concettualizzazione dei temi analizzati, in particolare i concetti e i

contesti del pluralismo e della diversità culturale nei media pubblici.

È importante ricordare che la diversità nella proprietà dei media non è di per sé sufficiente a garantire il pluralismo dei contenuti dei media. Anche il modo in cui viene prodotto il contenuto multimediale ha un impatto sul livello generale di pluralità dei media. Il problema è che, in questo genere essenzialmente accademico e scientifico, non ci limiteremo a monitorare il pluralismo dell'operatore pubblico basandoci solo su ciò che consideriamo un riduzionismo del pluralismo come specificato nel sistema politico-partitico, che è il modello applicato dall'ente regolatore portoghese alle notizie. Crediamo che ci siano altre dimensioni importanti e decisive da considerare.

Nella sua essenza, il pluralismo è, principalmente, un concetto transfrontaliero che può essere ottimizzato nell'ambiente digitale in quanto consente ai media di avere contesti o modi diversi di essere applicati. Tuttavia, ci sono potenziali ostacoli che possono sopprimerne l'applicazione: dalla distribuzione alla "navigazione o accesso alle reti e ai contenuti e in alcuni casi anche ai quadri dello spettro"⁸⁷.

Riconosciamo il pluralismo come un concetto universale che può evidenziare il carattere multiculturale della comunicazione, l'idea di una singola cultura o principalmente di un mercato comune. Hargrave determina il pluralismo dei media come «l'unica parte della soluzione al problema di come ottenere la diversità»⁸⁸.

⁸⁷ Gilmor D., 2004, *We the Media - Grassroots Journalism by the People, for the People*, Sebastopol, O'Reilly Media Inc.; Gardam T., Levy D. A. L., 2008, *The Price of Plurality Choice, Diversity and Broadcasting Institutions in the Digital Age*, Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.

⁸⁸ Hargrave A. M., (Ed.), 2007, *Cultural Diversity Practices among Broadcasting Regulators*, Barcelona, CAC: Broadcasting Regulation and Cultural

Karppinen sottolinea che «il pluralismo, in qualunque campo di indagine, si riferisce a una preferenza teorizzata per la molteplicità rispetto all'unicità e alla diversità rispetto all'uniformità". Il prevalente "consenso pluralistico" non risolve la difficoltà di "come concettualizzare la necessità del pluralismo e della diversità, inerente a tutti i conti normativi della sfera pubblica, senza cadere nella trappola del relativismo, dell'indifferenza e dell'accettazione indiscussa della differenza guidata dal mercato e del consumismo»⁸⁹.

L'eventuale carattere ridotto dei temi di contenuto e il rispettivo allineamento del programma di programmazione possono appartenere a un problema di "non inclusione"⁹⁰, o "non detto" (per quanto riguarda temi sociali, multiculturalismo o inclusività). Questo in particolare, in relazione all'ecosistema dei nuovi media di un mondo globalizzato e alla falsa società dell'abbondanza e del consumismo ritratta nei media⁹¹.

Per quanto riguarda il pluralismo culturale, l'analisi della diversità dei programmi e dei generi televisivi, che possono contenere elementi pericolosi di una crisi di identità o di omogeneizzazione culturale, potrebbe influire, o addirittura far dimenticare, la storia e il patrimonio, nonché la diversità delle culture europee, culture e lingue minoritarie e anche la specificità delle regioni di natura geografica più limitata⁹². Per quanto riguarda il pluralismo politico e

Diversity Network, p. 12

⁸⁹ Karppinen K., 2007, "Making a Difference to Media Pluralism. A critique of the Pluralistic Consensus in European Media Policy", in *Reclaiming the Media Communication Rights and Democratic Media Roles*, Bristol and Chicago, Intellect Books, pp. 9-29.

⁹⁰ Gil J., 2004, *Portugal Hoje – O medo de existir*, Lisboa, Relógio d'Água.

⁹¹ Thussu D. K., 2007, *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, London, Sage.

⁹² Horsti K. (eds.), 2014, *National Conversations: Public Service Media and*

geografico e la diversità delle fonti di informazione, la qualità dell'accesso e la presenza della società civile e delle regioni, nonché parti sociali, specialisti e opinionisti, organizzazioni non governative, istituti di studio, associazioni civiche, tutti questi gli aspetti costituiscono la base dell'esperienza democratica della cittadinanza⁹³.

Questa proposta è inquadrata, fin dall'inizio, dai valori fondamentali dei media di trasmissione pubblica. Tutti i membri EBU hanno firmato la dichiarazione sui Valori fondamentali dei media di servizio pubblico, che identifica diversi valori fondamentali condivisi dagli operatori pubblici europei, come "universalità" (per raggiungere tutti, ovunque), "diversità" (per adottare un approccio pluralistico) e "responsabilità" (per ascoltare il pubblico e impegnarsi in un dibattito significativo).

La ricerca globale realizzata per il BRCD (*Broadcasting Regulation e Cultural Diversity Network*) sui modelli e le iniziative di regolazione per la promozione della diversità culturale, in particolare nel settore delle trasmissioni, ha contribuito alla consapevolezza del dibattito sul pluralismo e la diversità nei media. Questo ha contribuito a definire cosa può e dovrebbe essere parte della diversità nella comunicazione.

È importante affermare che «le misure che promuovono l'effettiva partecipazione di persone con diverse identità culturali in tutte le fasi e aspetti delle attività di radiodiffusione, nonché nelle strutture e nei processi normativi pertinenti, devono essere conside-

Cultural Diversity in Europe, Bristol and Chicago, Intellect.

⁹³ Ward D., 2006, *We the Media - Grassroots Journalism by the People, for the People The assessment of content diversity in newspapers and television in the context of increasing trends towards concentration of media markets*. Strasbourg, Council of Europe, Media Division - Directorate General of Human Rights, 2006.

rate prioritarie»⁹⁴ Infatti, «avendo accesso a vari media e alle tecnologie di comunicazione che le persone diasporiche possono controllare e manipolare per connettersi (o disconnettersi) dagli individui e dalle comunità nel loro vicinato o in luoghi lontani, forniscono l'ultimo esempio della condizione cosmopolita»⁹⁵.

Senza la regolamentazione dei media per migliorare la diversità, le logiche aziendali si impongono e corrompono il processo comunicativo e sociale delle informazioni condivise. Il giornalismo tende a essere privatizzato da interessi corporativi, fonti di informazione dominanti o programmi politici manipolativi. Nel complesso, la percezione del giornalismo come "bene pubblico" che ha diritto alla fiducia pubblica viene influenzata negativamente e il sistema dei media diventa disfunzionale.

Jakubowicz determina genericamente questa domanda affermando: «Se il servizio pubblico di radiodiffusione ha un futuro, deve mantenere le sue caratteristiche di base e cambiare in modo significativo»⁹⁶. Per Collins il futuro della gestione del settore pubblico dovrebbe iniziare con la definizione di una nuova dottrina e, quindi, contribuire con una "nuova legittimità" in grado di declinare l'area "dei consumatori" in modo che la giustizia "nell'area dei cittadini" diventi più importante⁹⁷.

⁹⁴ McGonagle T., 2008, "European level measures for promoting cultural diversity in broadcasting: quixotic tilting in a new technological era?", *Yearbook of Communication Law 2007*, Helsinki, Institute of International Economic Law (KATTI), p. 11.

⁹⁵ Georgiou M., Ponte C., 2013, "Introducing Media, Technology and the Migrant Family: Media Uses, Appropriations and Articulations in a Culturally Diverse Europe", *Observatorio (OBS*) Journal*, Special Issue, pp. 1-11.

⁹⁶ Jakubowicz K., 2007, *Public service broadcasting: a new beginning, or the beginning of the end?*, Derby, Knowledge Politics.

⁹⁷ Collins R., 2007, *Public Value and the BBC A report prepared for The Work*

I media hanno il potere di determinare i valori sociali e culturali della società semplicemente controllando la diffusione delle notizie. Pertanto, l'importanza di utilizzare diversi punti di vista per le questioni relative alla diversità culturale diventa cruciale. Come mezzo per realizzare voci pluralistiche nei media, è importante menzionare l'importanza dell'addestramento per i giornalisti, in modo che il lato civico di ogni domanda sia assicurato in primo luogo. Come secondo modo di realizzare una diversità di contesti culturali, ogni azienda dovrebbe lavorare sull'integrazione delle minoranze assumendo professionisti di diversa provenienza. Di conseguenza, queste misure dovrebbero contribuire a una società multi-discorsiva, avendo la diversità come una "competenza" che tutti possono acquisire.

La diversità culturale all'interno delle trasmissioni televisive significa cose diverse per i diversi sistemi di media - e talvolta una molteplicità di cose. Comprende: i) la protezione del patrimonio e della cultura nazionale, ii) la protezione della cultura locale e/o aborigena, iii) la diversità etnica e linguistica, iv) la protezione di altri gruppi potenzialmente svantaggiati come le persone con disabilità visiva o uditiva) pluralità di voci e opinioni e vi) diversità dei generi di programmi⁹⁸.

Il modo in cui il contenuto mediatico pubblico viene prodotto ha anche un impatto sul livello generale di pluralità e diversità nel sistema dei media⁹⁹. Non limiteremo la nostra ricerca al monitoraggio della diversità culturale e dell'inclusione, o del genere e della discriminazione, nell'operatore pubblico sulla base di ciò che consideriamo un riduzionismo di quel tipo di contenuto. Ci concentreremo

Foundation's public value consortium, London, The Work Foundation, p. 62.

⁹⁸ Hargrave A. M., (ed.), 2007, *Cultural Diversity Practices among Broadcasting Regulators*, op. cit.

⁹⁹ Gardam T., Levy D. A. L., 2008, *The Price of Plurality Choice, Diversity and Broadcasting Institutions in the Digital Age*, op. cit.

anche sulla diversità dei generi e dei formati televisivi, sulla qualità dell'accesso e sulla presenza della società civile, nonché di parti sociali, specialisti e opinion maker, organizzazioni non governative e associazioni civiche. Questo ci consente di caratterizzare i contenuti nell'ambito della cultura partecipativa e, in generale, l'esperienza democratica della cittadinanza nei media pubblici. Vi sono altre dimensioni importanti e decisive da prendere in considerazione, in particolare per quanto riguarda la diversità culturale specifica, l'analisi dei contenuti interculturali e del multiculturalismo, etnie, voci di diversa provenienza e altre espressioni di diversità.

Come modo di concettualizzare le direttive di questo studio, possiamo definire la diversità culturale secondo le linee guida dell'UNESCO, tenendo presente la realtà che ogni paese rappresenta. Esistono alcune nozioni su cui tenere conto della necessità di riflettere il pluralismo della società, la rappresentazione del patrimonio culturale della diversità e il ripensamento di modi su come definire e implementare politiche pubbliche e regolamenti specifici, nonché la libertà di accesso a espressioni artistiche e scientifiche che descrivono la diversità culturale come una caratteristica intrinseca dei diritti umani. Come definito da Hargrave¹⁰⁰, i media dovrebbero essere considerati come un mezzo intrinsecamente correlato al tema della diversità culturale.

Il *Leadership Conference Education Fund* definisce il concetto di diversità nei media nel rapporto "Questioni relative alla diversità dei media: un toolkit di attivisti per la giustizia dei media" come inclusione delle minoranze e delle donne nei contenuti, nell'occupazione e nella proprietà. Quando monitora la diversità culturale nei media,

¹⁰⁰ Hargrave A. M., (ed.), 2007, *Cultural Diversity Practices among Broadcasting Regulators*, op. cit. p. 10.

Horsti¹⁰¹ afferma che le domande sulla discriminazione di genere sono le più facili e più accessibili da seguire - al contrario delle differenze etnologiche e delle disabilità fisiche e mentali che, come sostiene Horsti, sono quelle che necessitano più attenzione.

I media audiovisivi sono un elemento centrale della vita moderna. Mentre il genere e la sessualità rimangono al centro di come pensiamo le nostre identità, i media possono essere visti come una forza per il cambiamento, perché le idee e le immagini alternative hanno almeno creato spazio per una maggiore diversità di identità¹⁰². La rappresentazione delle donne oggi si è evoluta al di là della rappresentanza conservatrice, anche se dovremmo diffidare di sopravvalutare la portata delle trasformazioni nella società o nei media¹⁰³. «A volte, ciò è avvenuto attraverso le donne che si occupano di film e programmi che sovvertono le versioni di routine, stereotipate e normative delle loro vite, prendendo il controllo della telecamera e producendo il proprio materiale. A volte, è nato lavorando con uomini nella produzione alternativa e tradizionale. Ma poiché le donne sperimentano ancora pregiudizi e discriminazioni attuali in termini di disparità di trattamento, disparità salariale e disparità di valore nella vita reale, allora anche questi temi continuano a essere rappresentati nei media»¹⁰⁴.

¹⁰¹ Horsti K., Hultén G., 2011, "Portugal Hoje – O medo de existir Directing diversity: Managing cultural diversity media policies in Finnish and Swedish public service broadcasting", *International Journal of Cultural Studies*, 14, pp. 209-227.

¹⁰² Gauntlett D., 2008, *Media, gender and identity. An introduction*, New York, Routledge.

¹⁰³ McRobbie A., 2009, *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*, London, Sage.

¹⁰⁴ Byerly C. M., Ross K., 2006, *Women and Media. A critical introduction*, London, Blackwell Publishing, p. 35.

Tuttavia, le distorsioni di genere nella produzione dei media non possono essere viste come «una semplice black box che trasmette i valori patriarcali, sessisti o capitalisti dei suoi produttori»¹⁰⁵. Questo riflette tensioni e contraddizioni non solo tra individui con diversi valori professionali e opinioni personali, ma anche “tra richieste organizzative conflittuali” e “l’esigenza commerciale di essere popolare tra una varietà di gruppi sociali”.

Per quanto riguarda le questioni riguardanti i giovani e la discriminazione, l’inclusione sociale tra giovani e bambini, partiamo dall’eredità dei giovani e dei media studies¹⁰⁶ per cercare di capire che tipo di risposta e attraverso quali formati e generi di programmi, la televisione pubblica risponde a questo nuovo problema, di fronte al nuovo contesto creato dal digitale. I giovani oggi crescono in un mondo saturo di media digitali, allontanandosi sempre più dai media tradizionali come la televisione¹⁰⁷. È fondamentale pensare a questo fenomeno con dati specifici e analisi del contenuto e riflettere sull’impatto di questo tipo di problema sulle esperienze e le culture dei giovani, in modo da poter meglio comprendere le conseguenze dei contenuti televisivi riguardanti le identità dei giovani.

¹⁰⁵ Van Zoonen L., 1994, *Feminist media Studies*, London, Sage, p. 47.

¹⁰⁶ Buckingham D., 2008, *Youth, Identity, and Digital Media*, Cambridge, The MIT Press.

¹⁰⁷ Ito M., (eds.), 2010, *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*, Massachusetts, The MIT Press; Jorge A., 2014, *O Que é Que os Famosos Têm de Especial? A cultura das celebridades e os jovens*, Lisboa, Texto; Prior M., 2007, *Post Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*, New York, Cambridge University Press.

4.3. Televisione pubblica e diversità culturale in Portogallo: contesto e metodi

La diversità dei media è un concetto complesso e comprende diverse dimensioni: il contenuto (ciò che vediamo e ascoltiamo), il livello di produzione (chi scrive, riferisce e produce) e la struttura proprietaria dei media. L'assenza di diversità dei media è percepita come una traccia non democratica e come fonte di preoccupazione sociale e politica e di turbolenza.

Ci stiamo ora avvicinando a un'analisi più mirata dei contenuti del servizio pubblico, in cui la nostra proposta verrà applicata, nella prima fase, alla programmazione in generale. Il nostro progetto mira a condurre ricerche approfondite sui contenuti della televisione di servizio pubblico (RTP1 e RTP2) al fine di caratterizzare il modo in cui i due canali pubblici nazionali free-to-air soddisfano i requisiti legali, in particolare nel campo della produzione mediale riguardante i concetti di pluralismo, inclusività e diversità culturale. Oltre a cementare potenzialmente coesione e inclusione sociale, questi sono di primaria importanza per il pluralismo dei media, poiché generano una "prossimità più stretta" nei sentimenti di appartenenza a una comunità e/o a una regione¹⁰⁸.

Tali attribuzioni e competenze sono inquadrare dai loro obblighi generali e missione di servizio pubblico, come attualmente affermato nella legislazione portoghese ed europea, in particolare nella legge sulla televisione, nel contratto che assegna la concessione televisiva a RTP e nella Audio-visual Media Services Directive (AVMSD).

Oltre al contesto giuridico e teorico, intendiamo indagare in che misura i programmi del servizio pubblico incorporano, nelle loro

¹⁰⁸ Camponez C., 2002, *Jornalismo de proximidade*, Coimbra, Minerva, p. 218.

scelte, aspetti del pluralismo e della diversità culturale e anche come promuovono la cittadinanza e la partecipazione democratica. Consideriamo anche il livello di diversità dei generi televisivi nella programmazione e accertiamo se il prime time include la trasmissione di programmi diversificati e pluralistici, o se, al contrario, mostra una "monocultura" di solo alcuni generi televisivi. L'attività televisiva, indipendentemente dalla sua natura pubblica o commerciale, segue la legge sulla televisione nell'obbligo di garantire il pluralismo e la diversità politica, sociale e culturale.

Entrambi accademici e regolatori accettano che c'è un crescente rischio di omogeneizzazione culturale del contenuto audiovisivo e che molte espressioni culturali sono difficilmente rappresentate nei media pubblici. D'altro canto, i programmi e, in particolare, i nuovi contenuti culturali e le nuove espressioni culturali nell'audiovisivo fanno parte del nostro patrimonio nazionale ed europeo e devono riflettere, attraverso i media pubblici, il mondo in cui viviamo, nonché la diversità delle voci che lo modellano.

Sousa e Costa e Silva¹⁰⁹ considerano l'incorporazione della diversità dei media nei discorsi politici e nei testi giuridici, dal momento che l'abolizione del regime autoritario nel 1974, è piuttosto "vaga e inoperante". Gli autori usano l'espressione "mantenere le apparenze" per esprimere la sensazione generale che il progressivo allineamento con il rinnovato interesse internazionale per la diversità manchi di strumenti di implementazione e strumenti di monitoraggio.

Prendendo come esempio il monopolio radiotelevisivo della BBC, la British Broadcasting Corporation ammette che rappresenta male quello che dovrebbero garantire come parità di opportunità e rappre-

¹⁰⁹ Costa H., Silva E., 2009, "Keeping Up Appearances, Regulating Media Diversity in Portugal", *International Communication Gazette*, Vol. 71, Issue 1-2.

sentanza per tutti i cittadini in termini di diversità a livello di lavoratori e come presenza visibile sullo schermo. In questo modo, l'Office of Communications (OFCOM), l'agenzia responsabile della regolamentazione delle comunicazioni nel paese, cerca di fornire assistenza legale ai datori di lavoro e ai proprietari dei media come misura per promuovere la diversità e mantenere il rispetto della legislazione.

Sfortunatamente, i due canali aperti dell'emittente pubblica portoghese (RTP) integrano raramente questi tipi di proposte e contenuti nei loro programmi, politiche o strategie di trasmissione. In Europa, le minoranze appaiono in meno del 5% della copertura politica nei media e le donne in meno del 5% dei programmi di notizie economiche o scientifiche. In Portogallo, questa situazione è ancora più evidente, dal momento che possiamo trovare solo alcuni esempi di questo tipo di programma televisivo sul secondo canale pubblico (RTP2), e raramente nel canale pubblico principale (RTP1), quello con il più grande pubblico a livello nazionale e la principale alternativa agli altri due canali privati (che insieme rappresentano circa il 50% del pubblico nazionale, compresi i canali via cavo).

La relazione del 2016 del regolamento del ERC si riferisce a 3 programmi in RTP1 specificamente volti a promuovere la diversità culturale dei gruppi di minoranza, con un totale di 39 trasmissioni annuali e 36 ore di programmazione - il che rappresenta una diminuzione molto significativa in relazione all'anno precedente (8 programmi, 234 trasmissioni annuali, 127 ore di programmazione). Secondo il ERC, RTP2 è il canale televisivo che offre contenuti più diversi, con 9 programmi, per un totale di 586 trasmissioni annuali (80,4% delle 729 trasmissioni presenti in tutti e 4 i canali di segnale aperto - due pubblici e due privati - e 74,3 % delle ore totali di trasmissione).

La strategia Europa 2020 sottolinea la crescita inclusiva come una delle sue priorità, cioè, ridurre la povertà e l'esclusione sociale dei giovani e dei bambini, nonché la discriminazione di genere e miglio-

rare la diversità culturale. Avere diritti di cittadinanza è più che essere riconosciuti come cittadini. Significa anche avere l'opportunità di partecipare e svolgere un ruolo importante nella vita della comunità. Una risoluzione del Parlamento europeo (Novembre 2014) pone i bambini al centro della legislazione dell'Unione europea. Venticinque anni dopo la Convenzione sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza delle Nazioni Unite, che pone i bambini tra le priorità nelle future regionali e di coesione politiche, il Parlamento europeo ribadisce il suo impegno a mantenere i diritti dei bambini nell'agenda dell'UE.

Per quanto riguarda il genere, l'uguaglianza del lavoro è salvaguardata dalla nazionale e comunitaria legislazione europea in Portogallo. Fa parte del lavoro del Collegio elettorale il "principio di uguaglianza" nell'articolo n. 13 (Assemblea della Repubblica portoghese, 2005), affermando che nessuno può essere privilegiato, favorito, danneggiato, privato di qualsiasi diritto o esentato da qualsiasi dovere dovuto, tra gli altri fattori, al genere. Nonostante le garanzie legali, l'uguaglianza di genere è ancora una missione svolgere nella società portoghese.

La legge costituzionale portoghese garantisce l'accesso alle ore di trasmissione sui canali PSM a diversi gruppi sociali e culturali. Il contratto di concessione tra lo stato e la RTP (televisione pubblica e radio) contiene clausole di obbligo relative all'accesso a diversi gruppi sociali e culturali, e la legge sulla televisione stabilisce che PSM deve "fornire una programmazione varia e completa, promuovere la diversità culturale e tener conto degli interessi delle minoranze".

Tuttavia, da un punto di vista storico esiste una significativa lacuna di diversità culturale e inclusione sociale nella programmazione del servizio pubblico di trasmissione in Portogallo. In questo progetto stiamo studiando se esiste attualmente un deficit di diver-

sità culturale, pluralità di espressioni, generi e formati e inclusività, nei canali generalisti dell'emittente pubblica portoghese, a diversi livelli. Inoltre, lo studio ci consentirà di indicare i difetti e i deficit che si verificano e discutere e proporre raccomandazioni e soluzioni.

In termini più specifici, questo progetto in corso si concentra su un'analisi generale dei contenuti dei programmi nei due canali generalisti pubblici (RTP1 e RTP2) e sui rispettivi websites, strutturando e analizzando l'offerta nelle principali categorie di contenuti, con un particolare attenzione alla diversità culturale e inclusività: questioni giovanili, genere e discriminazione (uguaglianza di opportunità, etnia, credo religioso, età, orientamento sessuale ecc.); disabili e individui con bisogni speciali; persone anziane, rappresentazioni, identità ed esperienze di invecchiamento (politica sanitaria, gerontologia, economia, assistenza sociale); espressioni di diversità, voci di diversa provenienza, etnie, contenuti interculturali e multiculturalismo.

Il progetto mira a identificare i tipi di programmi e i formati che rientrano nelle categorie della diversità culturale, studiando – attraverso un'analisi del contenuto qualitativa e quantitativa che coprirà l'intero calendario del programma per il periodo – il suo contenuto specifico e il suo contributo alla promozione del pluralismo, diversità e inclusione e promozione di una società inclusiva e multiculturale.

A tal fine, una serie di interviste con professionisti e gestori dei media sarà triangolata con i dati ottenuti dall'analisi dei programmi del programma dell'operatore pubblico al fine di identificare il livello di diversità dei canali, considerare come l'organizzazione trae beneficio dall'integrazione di tali strategie e valuta l'importanza, per la società portoghese, della programmazione di storie/esperienze di inclusività.

Alla fine, e sulla base dei risultati dello studio, verranno formulate raccomandazioni per rafforzare e arricchire le competenze dei media e dei loro professionisti nel promuovere la diversità culturale e le politi-

che di inclusività attraverso i contenuti dei media pubblici, nonché per promuovere l'impatto positivo dei media pubblici nella diffusione di diverse espressioni culturali e voci di background diversi. Nell'ambito delle politiche di diversità dei media e inclusione sociale in Portogallo, aree quali l'accesso ai media per le minoranze e le donne, nonché le politiche di *media literacy*, richiedono ancora un notevole lavoro.

Per la presente ricerca sono stati analizzati tutti i programmi di entrambi i canali, ad eccezione delle informazioni giornaliere (viste separatamente). L'analisi eseguita corrisponde a quattro serie temporali tra giugno 2016 e ottobre 2017. Abbiamo appena concluso questa analisi e i risultati principali sono i seguenti: RTP1 - il 16,21% del tempo totale di trasmissione è il contenuto generico "DIV"; RTP2 - Il 20,6% del tempo totale di trasmissione è il contenuto generico "DIV". In questo caso, il 33% del tempo totale di trasmissione sono programmi per bambini e giovani (diversità della programmazione televisiva e programmazione educativa), il che rende un totale del 53,6%, incluso tutto il programma per i bambini.

RTP1, per sottocategorie:

- DIV 1 - Diversità culturale, etnica e linguistica; contenuto interculturale, multiculturalismo, pluralità di espressioni e voci - 2,21%
- DIV 2 - Questioni giovanili; esclusione/inclusione socioculturale, sottoculture giovanili; genere e discriminazione - 2,49%
- DIV 3 - Persone con bisogni speciali, anziani, esperienze di invecchiamento - 1,41%
- DIV 4 - Protezione del patrimonio e cultura nazionale/locale - 5,47%
- DIV 5 - Diversità dei generi di programmi televisivi - 4,6% RTP2, per sottocategorie:
 - DIV 1 - Diversità culturale, etnica e linguistica; contenuto interculturale, multiculturalismo, pluralità di espressioni e voci - 6,8%
 - DIV 2 - Questioni giovanili; esclusione/inclusione socioculturale, sottoculture giovanili; genere e discriminazione - 1,9%

- DIV 3 - Persone con bisogni speciali, anziani, esperienze di invecchiamento - 0,5%
- DIV 4 - Protezione del patrimonio e cultura nazionale/locale - 3,6%
- DIV 5 - Diversità dei generi di programmi televisivi - 7,8%

Su entrambi i canali la categoria meno presente è stata DIV3 - "Persone con bisogni speciali, anziani, esperienze di invecchiamento", con 1,41% in RTP1 e 0,5% in RTP2. Nei quattro cicli di analisi dei dati, la categoria meno vista nei due canali era "Sottoculture giovanili", con dati residui. Le categorie più presenti erano, in RTP1, nella categoria DIV 4 - "Protezione del patrimonio e cultura nazionale/locale" con 5,47%. Nella RTP2 la categoria più rappresentata è stata DIV 5 - "Diversità dei generi di programmazione", con il 7,8%.

Nelle interviste, e nel *focus group*, la percezione della diversità è emersa, principalmente, legata alla varietà della programmazione. I professionisti di RTP intervistati ritengono inoltre che la programmazione esistente sia incomparabilmente più diversificato rispetto a qualsiasi altro canale commerciale. È stato inoltre verificato che, per tutti gli intervistati, la stessa definizione del canale TV sta cambiando: la cosa più importante su un canale televisivo è la possibilità di gestire il contenuto che si desidera visualizzare. L'accesso ai media per le minoranze è legalmente salvaguardato ed espresso in diversi documenti, ma è necessaria più programmazione per promuovere la diversità culturale. Sugeriamo un rafforzamento della ricerca accademica focalizzata sui media e le minoranze, al fine di creare strumenti per pensare criticamente alle rappresentazioni dei media di gruppi minoritari. È anche fondamentale perseguire la missione dell'uguaglianza di genere nei media, dove gli uomini sono ancora nelle posizioni di comando nelle organizzazioni dei media e nelle notizie. Infine, abbiamo concluso che le politiche di media *literacy* sono frammentate nel campo e raccomandiamo una strategia nazionale coerente che possa trarre vantaggio dal pensiero critico già esistente, cioè rafforzando l'attenzione sulle esigenze cognitive dell'istruzione di *literacy* nei programmi scolastici.