L’UNITA’ – 9 APRILE 2008

Chi salverà la Rai

di Carlo Rognoni

La Rai non è l’Alitalia. Non ha debiti. Chiude il bilancio praticamente in pareggio. Perché allora qualcuno ne parla come se fosse una Alitalia prossima ventura? E soprattutto perchè non è poi così lontano dal vero chi vede profilarsi all’orizzonte «un caso Rai» drammatico? Intanto perché lo scenario dentro cui si muove la televisione - in piena rivoluzione tecnologica - non è più quello di qualche anno fa. E basterebbe solo un piccolo sforzo di guardare oltre il cortile di casa, per capire bene che c’è più di una ragione per preoccuparsi.Cominciamo dagli ascolti. Diminuiscono irrimediabilmente. I telespettatori sono almeno un milione meno di qualche anno fa.
I giovani che tradiscono la tv per il computer aumentano. E per la Rai in particolare i telespettatori invecchiano.
Meno ascolti, e più anziani che giovani davanti al teleschermo, vuol dire più difficoltà a fare i budget pubblicitari. Senza contare che anche la pubblicità è sempre più attratta dalle piattaforme tecnologiche nuove, dal satellite a Internet, alla tv sul telefonino. Oltre a crescere poco più di quanto cresce il Pil.
Il canone fa fatica a star dietro all’inflazione, mentre l’unica risorsa che conosce ritmi di aumenti a due cifre è il pay, gli abbonamenti a pagamento. E se la Rai sta lontana dal pay, non elabora in fretta una strategia, vedrà fatalmente restringersi il suo peso nel mercato radiotelevisivo.
Nel frattempo crescono tutti costi. I diritti sportivi - in un anno di Europei di calcio e di Olimpiadi - portano a una spesa complessiva di più di 300 milioni di euro che difficilmente possono trovare copertura nella pubblicità aggiuntiva. A mezzo miliardo è arrivato l’investimento per fiction e cinema di produzione europea e per acquisti soprattutto dagli Stati Uniti.
Dal punto di vista strutturale e organizzativo la Rai è vecchia. Solo per rinnovare le attrezzatura di produzione, a cominciare dalle telecamere, e per mettere l’azienda alla pari con gli altri servizi pubblici europei è necessario investire nei prossimi due tre anni alcune centinaia di milioni di euro per la digitalizzazione dei telegiornali.
Dal punto di vista strutturale stanno emergendo gravissime lacune. Ne cito due per tutte: quasi 1.700 giornalisti, divisi in undici testate. Siamo sicuri che stiano lavorando al meglio? Soprattutto siamo sicuri che la Rai debba avere undici testate giornalistiche, più, molte di più, di qualunque altro servizio pubblico e televisione privata in Europa? Che fare per ottimizzare la capacità di fare informazione di questa massa di professionisti sulle nuove piattaforme tecnologiche?
E chi lo sa che grazie all’ultima legge sui precari approvata da poco, la Rai - se non apre una trattativa coraggiosa e disincantata con le organizzazioni sindacali - dovrà assumere duemila nuovi dipendenti entro il 2009? È un aumento degli occupati che metterebbe in ginocchio qualsiasi azienda normale. Un dato che farebbe, quello si, avvicinare la Rai al caso Alitalia,
Non parliamo del dramma causato da due riforme organizzative incompiute che hanno prodotto danni incalcolabili e i cui effetti si sentono ancora oggi: prima Celli che per dar vita a delle divisioni indipendenti (magari in vista di una privatizzazione mai dichiarata apertamente) di fatto ha spostato 4 mila dipendenti da una direzione a un’altra, da un reparto a un altro; poi Cattaneo che per rispondere alla richiesta - questa si ufficiale - di portare la Rai in Borsa con un progetto delirante inventato da Gasparri - che prevedeva azionisti al massimo in grado di controllare l’uno per cento - ha rispostato duemila dipendenti e creato mega direzioni che fanno tutte capo al direttore generale. Non c’è azienda al mondo che abbia 49 riporti diretti al direttore generale come la Rai.
E infine la ciliegina sulla torta: un consiglio di amministrazione nominato dalle segreterie dei partiti e dal governo - così come ha voluto la pessima legge Gasparri - più preoccupato degli equilibrismi

politici, di chi dirige una rete o l'altra, dei tempi a cui ogni partito ha diritto nei tg o a «Ballarò» o a «Porta a porta» o ad «Anno Zero», che delle scelte strategiche.
Ora ai tempi dell'analogico e del duopolio puro questo giocattolo straordinario di nome Rai poteva perfino funzionare con la lottizzazione. Oggi in piena rivoluzione digitale la Rai se non vuole fare la fine dell'Alitalia deve poter contare su un amministratore delegato e su un consiglio come tutte le aziende del mondo, in grado di decidere autonomamente dalle segreterie dei partiti. La politica deve avere il coraggio di fare un passo indietro. Deve assumersi una sola importante responsabilità: dire chiaramente che cosa vuole in termini di qualità, di presenza sul mercato, di protagonismo tecnologico, dal servizio pubblico. Sarebbe per la politica più dignitoso e per l'azienda è diventato una necessità pena il progressivo decadimento.
Ebbene finora solo il Pd di Veltroni - con la proposta dell'amministratore unico e della Fondazione che lo indica - sembra aver capito che i guai della Rai si affrontano partendo dalla testa, cioè dai criteri di nomina, dall regole per una governance adatta ai nuovi tempi.
Possibile che nessuno abbia ancora chiesto a Berlusconi, a "mister conflitto di interessi", che cosa ha in mente il Pdl per il servizio pubblico? Non è che per caso pensano ancora di ricorrere alla Gasparri? Ammesso che in questa materia errare sia umano, perseverare è più che diabolico, è criminoso. A meno che non ci sia un retropensiero inconfessabile: "una cordata di imprenditori amici" pronti a intervenire.