

L'INTERVENTO

La svolta necessaria
per il futuro della Raidi FABIANO FABIANI*
e RICCARDO TOZZI**

LE INDICAZIONI del governo per i ruoli di presidente e direttore generale della Rai, nonché le nomine dei consiglieri, proiettano luci e ombre. Luci, perché nel complesso emerge l'intenzione di creare un diaframma fra azienda e partiti, per arginare il processo di degenerazione che gli apparati politici hanno indotto in tanti anni. Non occorre ricordare i comportamenti che hanno caratterizzato questi processi: ormai li conosciamo. Certo, non tutti i partiti possono essere messi sullo stesso livello e non tutti sono stati condizionati da conflitti di interessi. Ma nessuno può sottrarsi alla responsabilità di non aver rispettato l'autonomia della Rai come azienda di servizio pubblico.

Ombre, perché è ancora evidente il persistere di patologiche attenzioni partitiche ai movimenti dell'azienda; e perché dal Consiglio sono assenti figure esperte di produzione audiovisiva: un contenuto specifico, complesso e sofisticato, decisivo per le sorti dell'azienda e dell'intera industria culturale italiana. Queste ombre però possono essere dissipate dalle nomine che il Consiglio farà per i direttori editoriali, e dalla missione che verrà loro data. Se a dirigere le principali strutture editoriali saranno chiamate figure autonome, esperte di prodotto e capaci di esprimere qualità nel racconto televisivo, l'azienda si potrà salvare.

Ma per prendere la rotta giusta devono essere chiare le derive che hanno mandato la Rai sugli scogli. Attenzione maniacale ai contenitori e ai tg, come strumenti di comunicazione partitica. Ipertraffica delle strutture burocratiche e dei costi generali. Appiattimento dell'offerta, rivolta tendenzialmente sempre allo stesso pubblico, con la ricerca delle vie più facili all'ascolto (la Rai non trasmette i film che produce Raicinema, e che sono il meglio del cinema italiano, perché troppo «di qualità»; è scomparsa la fiction più «sperimentale» su Raidue). Taglio degli investimenti nel prodotto e costante riduzione del ruolo degli operatori culturali e produttivi esterni, in un quadro di complessiva chiusura autoreferenziale e corporativa.

Negli ultimi dieci anni la Rai ha speso sempre meno per la sua missione: aprirsi all'esterno e raccontare l'Italia e il mondo di oggi. In particolare nell'ultimo triennio gli investimenti in fiction sono diminuiti del 40%, generando disoccupazione e delocalizzazione in un settore produttivo cruciale e vitale, che nel complesso dà lavoro a 200 mila persone. Migliaia di posti di lavoro sono stati persi, le ultime vicende di Cinecittà ne sono una propaggine. Occorre invertire la rotta, recuperare il senso del servizio pubblico, che è un mestiere difficile: aprirsi all'esterno e parlare a un pubblico vasto, con una lingua che sappia far crescere la conoscenza e il gusto.

La Rai è stata capace di parlare questa lingua per decenni (meglio di ogni altra televisione europea), allevando una razza di «civil servants» editoriali di altissima qualità (paragonabile a quella economica che ha sostenuto la Banca d'Italia), capaci di interagire con il meglio dell'industria culturale del Paese. Figure di questo tipo esistono ancora in azienda, o appena fuori, devono solo essere liberate o recuperate. Questo è il grande compito dei nominati.

Non rammendare i conti attuali e rinchiudere la Rai in se stessa, ma rivoluzionare l'azienda: dismettere ciò che non è essenziale, spostare risorse dalla burocrazia al prodotto, innervare l'industria culturale nazionale, restituire al Paese la sua vera televisione di servizio pubblico, diversa e specifica e per la quale vale la pena di pagare (tutti) un canone.

* Presidente produttori televisivi

** Presidente produttori cinematografici

© RIPRODUZIONE RISERVATA

