



## CARLO ROGNONI

ROMA  
inchieste@unita.it

**A** me il Piano è piaciuto. (...) Della lunga dichiarazione di voto che farò io, mi piace riportare (...) quello che considero il punto più delicato e politicamente sensibile di un ripensamento organizzativo ed editoriale, e cioè l'informazione.

Ricordo che la divisione in testate non è l'unico assetto possibile. La Bbc ha un newsgathering (un centro per la raccolta di tutte le informazioni video e no) unico. Io non ho dubbi che questa sarebbe la vera rivoluzione interna, capace di rovesciare il modo di pensare «partitico», comunque troppo «politicizzato», che oggi contribuisce a far perdere credibilità al servizio pubblico. Ho i piedi per terra. Vorrei tenerceli e quindi evito

di proporre che in questo Piano Industriale sia esplicitata questa scelta che ha pesantissimi riflessi anche sindacali. E tuttavia noi stiamo imbarcandoci in un grandissimo investimento in tecnologie digitali (gli strumenti oggi in uso, non solo nelle redazioni regionali ma anche nei Tg nazionali, sono davvero obsoleti e usurati) che rivoluzioneranno il modo di fare informazione. Cominciamo dal Tg2. Benissimo. Ma non sarebbe questa l'occasione per cominciare un ragionamento sulla necessità di razionalizzare e di ridefinire la missione di tutte le tante (troppe!) testate? Ricordiamo che la Bbc fa il telegiornale solo su Bbc1 mentre dedica all'approfondimento Bbc2. Il giornalismo del servizio pubblico a che cosa deve servire? A rappresentare i diversi filoni politico-culturali del Paese? La nostra democrazia sarebbe più matura se l'informazione assumesse fino in fondo su di sé il concetto di Quarto Potere e dunque fosse autonoma, indipendente, pluralista (sapendo che pluralismo non vuol dire somma di faziosità).

**Ho letto recentemente** alcune riflessioni su come le tecnologie agiscono sui contenuti, su come lo scenario tecnologico sta cambiando il modo di immaginare e cercare i contenuti. Mi riferisco in primo luogo al libro di due giornalisti americani, uno del New York Times e l'altro del Los Angeles Times e ad alcune loro osservazioni sulle conseguenze della rivoluzione digitale, di internet in particolare, sul sistema dei media(...).

Secondo i due giornalisti, c'è un «allontanamento» graduale e progressivo del giornalismo dalla funzione di formazione dei cittadini. E questo per tre forze fondamentali che agiscono e condizionano i media: la prima è la natura della nuova tecnologia. Internet – scrivono i due – ha iniziato a separare il giornalismo dalla geografia e quindi dalla comunità come la conosciamo in senso politico o civile. È diventato più facile ca-

pire come servire le comunità commerciali e d'interesse del Web che la comunità politica. Seconda forza, la globalizzazione. Nel momento in cui le aziende e in particolare le società di telecomunicazione diventano corporation senza frontiere la nozione di cittadinanza e di comunità tradizionale diventa obsoleta in un'ottica commerciale. La globalizzazione cambia il contenuto del prodotto editoriale. E' un fatto che Hollywood oggi realizzi più film d'azione che in passato. E questo perché gli spettacoli «pirotecnici» non necessitano di traduzione e rendono di più sui mercati esteri.

**Terza forza che agisce** e condiziona il sistema informativo: la nascita di conglomerati. Sempre più spesso vediamo nascere società che possiedono organi di informazione in comunità diverse. (...). Se c'è del vero in queste osservazioni dei due giornalisti americani – e del vero c'è – dobbiamo farci alcune domande scomode: come cambia la

missione del servizio pubblico in questo scenario totalmente nuovo? Ha ancora senso parlare di servizio pubblico radiotelevisivo? Credo che oggi si possa trovare una risposta convincente – o comunque un buon punto di partenza per tenere aperto un ragionamento serio sul futuro della tv pubblica – nelle linee guida per la riforma della Rai, nel testo che ha preceduto la proposta di legge Gentiloni sulla riforma del sistema pubblico e che è finita nel dimenticatoio parlamentare. Che cosa scrive Gentiloni? Parla della tv pubblica «come luogo di libertà» e «di vitalità della democrazia». La frammentazione dei target derivante dalla Tv multi-

piattaforma e multicanale rappresenta certamente un'opportunità per migliorare la qualità dell'offerta. E la digitalizzazione offre occasioni straordinarie di innovazione e di creatività, occasioni che si moltiplicheranno quando il pubblico più giovane avrà accesso ai servizi tv su banda larga.

**Tuttavia la tendenza** della tv a essere meno un consumo di massa e più un consumo individuale e asincrono (ciascuno per sé e in momenti diversi, «dal prime time al my time») va accompagnata e bilanciata dal ruolo sociale della tv pubblica. «Le platee generaliste tipiche del broadcasting sono infatti una componente essenziale delle democrazie europee. Non hanno solo diffuso conoscenze di base e prodotto un comune sentire, hanno anche suscitato – e continuano a suscitare – la partecipazione a grandi discussioni in pubblico. L'esperienza condivisa degli eventi televisivi rappresenta un formidabile antidoto alla solitudine contemporanea e un significativo fattore di eguaglianza e di coesione sociale. Difficile privarsene per una società democratica». (...)

Che cosa deve offrire un servizio pubblico che una tv commerciale non è tenuta ad offrire? Già questa mi parrebbe una domanda molto più pertinente per impostare un'indagine conoscitiva sul sistema pubblico. In

un libretto dell'European Broadcasting Union sono ben sintetizzati gli obblighi del Servizio pubblico: una copertura universale, l'indipendenza editoriale, l'alta qualità dei servizi e della produzione, l'attendibilità e il senso di responsabilità. Notizie e intrattenimento sono una caratteristica di tutte le tv. Ma la tv pubblica ha obblighi speciali e anche obiettivi speciali, diversi. La tv pubblica intesa come una specie di agorà, di piazza centrale, di mercato aperto per una moderna società. L'industria internazionale dei media contribuisce alla inclusione universale in una cultura globale ibrida; il broadcaster pubblico continua ad avere senso se dedica spazio alla promozione della cultura nazionale, alla produzione di contenuti nazionali, alla promozione della lingua e della cultura e della musica nazionali. (...)

**In conclusione, la Rai** va messa nelle condizioni di poter contare su risorse certe per quanto riguarda il canone. Ma anche lasciata libera di investire – magari anche indebitandosi – in iniziative che in prospettiva renderanno. E soprattutto va messa in condizione di una maggior libertà finanziaria: per valorizzare il patrimonio immobiliare e gli asset delle torri e della rete di distribuzione che ha costruito negli anni.

La convergenza non è più un'intuizione, un'ipotesi, una speranza bensì un dato di fatto. Più piattaforme tecnologiche e la loro integrazione stanno cambiando le regole del mercato. Il risultato più evidente è la frammentazione degli ascolti. E la frammentazione si porta appresso uno sviluppo del mercato pubblicitario che certamente penalizza chi sta fermo e pensa di vivere di rendita. ♦

**Il libro****Cento episodi che svelano il mondo dietro le quinte**

<b>Rai, addio</b>
Carlo Rognoni
pagine 511
euro 19,90
Tropea Editore

**Il testo qui riportato è una anticipazione tratta dal libro «Rai, addio. Memorie di un ex consigliere», di Carlo Rognoni, per Marco Tropea Editore che oggi esce nelle librerie. Sono alcuni estratti dal capitolo 98, dedicato al Piano industriale. Rognoni è stato consigliere di amministrazione Rai dal giugno 2005 al febbraio 2009. Il libro racconta 101 episodi per capire come la Rai è cambiata. Dal ritorno di Bonolis al festival di Sanremo ai trionfi del commissario Montalbano, a Valdimir Luxuria vincitrice dell'Isola dei famosi.**