

L'analisi

STEFANO BALASSONE

Allo stato delle cose la Rai non ha un futuro, ma solo un perdurante presente. È un'azienda produttiva, (anzi produttivissima, visto che manda in onda decine di migliaia di ore ogni giorno) ma non è una industria. Così come non potrebbero esserlo Euronews o la Tv del Vescovo. Per essere industria avrebbe bisogno di capitale proprio, autonomo accesso al credito, strategie di mercato e di prodotto orientate sia all'audience italiana sia al mercato della tv nel mondo (in cui invece conta meno di quanto contas-

Il presente

Il Duopolio è creatura perfetta, non passibile di variazioni endogene

L'occasione

La sola chance è l'inserimento nelle dinamiche mondiali

se Berlusconi con Merkel e Sarkozy).

Tutto ciò deriva dalla doppia funzione ancillare pretesa, e volentieri indossata, dalla Rai: verso i politicanti, che hanno addirittura una loro stanza di compensazione chiamata Commissione di Vigilanza; verso il sistema del cosiddetto Duopolio, che consiste in una Mediaset monopolista del mercato pubblicitario e una Rai "complementare" che tiene alla larga con la sua mole i possibili concorrenti senza disturbare gli affari di Publitalia. Un sistema in vigore senza alcuna interruzione fin dal 1987. Esatto: da venticinque anni.

I poteri tuttora dominanti (riepilogando: i politicanti generici dal lato istituzionale, e Mediaset, ovvero i politicanti azionisti, dal lato del mercato) non riuscirebbero neppure a concepire un cambiamento di questa situazione. In altri termini, non credo che abbiano un piano B per uscire dal Duopolio, che in effetti è una creatura a suo modo perfetta e non passibile di alcuna variazione endogena.

Se questo è vero, l'avvenire propriamente "industriale" della Rai può essere concepito solo al



La statua del "Cavallo Morente" di Francesco Messina, all'ingresso della sede Rai di viale Mazzini

Rai, l'ultima possibilità è la liberalizzazione del mercato televisivo

Solo così l'attuale rachitico comparto dell'audiovisivo troverebbe un attore capace di aprirgli la strada all'estero e allargare la base occupazionale

di là di un evento traumatico quale la liberalizzazione del mercato televisivo italiano e il conseguente pieno suo inserimento nelle dinamiche mondiali del mercato di produzione, acquisti e vendite.

L'esempio positivo esiste da sempre: la Bbc. Ma sarebbe una illusione pensare che, per incamminare la Rai su quella strada, basterebbe mutuare dalla Bbc i mecca-

nismi di governance e di finanziamento, che si sono rivelati perfettamente adatti a un Servizio Pubblico che sia anche una industria.

Ci vuole altro. La Rai può diventare industria per davvero solo dentro una rinascita della politica e del rapporto fra eletto ed elettore. È, infatti, il sistema elettorale delle elezioni politiche che determina in ultima istanza quel che

possono davvero essere le realtà che rispondono alla politica.

Ove mai a tanto si arrivasse, i vantaggi di avere una Rai industria "vera" sarebbero enormi, perché l'attuale rachitico comparto dell'audiovisivo troverebbe un playmaker capace di aprirgli la strada verso i mercati che contano e di allargare la base occupazionale, che oggi è di un ordine di grandez-