

IL SABATO DEL VILLAGGIO

GIOVANNI VALENTINI

UN'AGENDA PER LA RAI
E PER TUTTA L'INFORMAZIONE

LA DEMOCRAZIA deve essere il regime della verità, nel senso della piena possibilità della conoscenza dei fatti da parte di tutti.

(da "Il diritto di avere diritti" di Stefano Rodotà - Laterza, 2012 - pag. 224)

È stata un'iniziativa tanto opportuna quanto tempestiva quella dell'Usigrai che nei giorni scorsi ha proposto pubblicamente alle forze politiche un'Agenda per la Rai. Forse il termine è ormai un po' abusato, ma vuol dire pur sempre "cose da fare". E in attesa delle elezioni, il sindacato dei giornalisti del servizio pubblico ha riassunto in sette punti quello che ritiene necessario per riformare e rilanciare la più grande azienda culturale del Paese.

Posta al primo punto la modifica dell'infesta legge Gasparri, l'Usigrai reclama la certezza delle risorse, ricordando che l'evasione del canone ammonta a circa 500 milioni di euro all'anno. Poi, viene la natura giuridica dell'azienda che - secondo il sindacato dei giornalisti - deve passare dalla sfera della Pubblica amministrazione allo status di una società di diritto privato, sotto il controllo della Corte dei conti; quindi una nuova legge sul conflitto di interessi; un nuovo Piano nazionale delle frequenze; la difesa dell'"unità e indivisibilità" del servizio pubblico, in vista della scadenza del Contratto di servizio con lo Stato fissata al 2016; e infine un "Patto con i cittadini", fondato sulla "diversità" del servizio pubblico che, a differenza dei concorrenti privati, deve garantire "pari opportunità" e una "corretta rappresentazione della diversità di genere".

Sono tutte proposte condivisibili, a cui altre se ne potrebbero aggiungere: come, per esempio, quella di istituire una web tv della Rai, per utilizzare e valorizzare su nuove piattaforme il patrimonio produttivo dell'azienda. In questo modo, l'offerta del servizio pubblico sarebbe disponibile anche all'estero attraverso la Rete. E l'Italia avrebbe - per così dire - un canale internazionale a disposizione, per promuovere la sua immagine, la sua "bellezza" e la sua "qualità".

Ma la Rai è l'architrave dell'intero sistema televisivo italiano, sul piano dell'informazione, dell'intrattenimento e della raccolta pubblicitaria. E in quanto tale, per un'anomalia che deriva dall'abnorme concentrazione tv e dallo squilibrio delle risorse a danno della carta stampata e di Internet, rappresenta il perno del "media system" nazionale. Ecco perché l'Agenda per la Rai riguarda e coinvolge di conseguenza l'assetto di tutta l'informazione nel nostro Paese.

Hanno ragione dunque i giornalisti del servizio pubblico a richiamare innanzitutto la questione della "certezza delle risorse", collegata a un canone che è nello stesso tempo il più basso e il più evaso d'Europa. Questo è, anzi, un paradigma di come si fa, o meglio non si fa, la lotta all'evasione fiscale in Italia. Basterebbe inserire l'abbonamento Rai nella bolletta elettrica o nella tassa sulle abitazioni, come avviene in Francia o altrove, per risanare il bilancio dell'azienda pubblica. A questo proposito, riproponiamo qui ancora una volta l'idea di un canone progressivo, in rapporto alle fasce di reddito, per renderlo socialmente più equo e accettabile: potrebbe magari diminuire per i meno abbienti e aumentare per i più ricchi, in linea con la media europea.

A quel punto, un servizio pubblico fedele alla propria missione istituzionale sarebbe anche in condizione di rinunciare alla pubblicità, sul modello della Bbc inglese o della Rtv spagnola, per essere affrancato dalla "schiavitù dell'audience" oltre che dalla subalternità alla politica. E allora quella fetta della "torta" pubblicitaria si potrebbe ripartire sulle altre tv e sugli altri media, vecchi e nuovi, riequilibrando così il mercato a favore del pluralismo dell'informazione e della libera concorrenza in forza di una più rigorosa normativa anti-trust.

La Rai rappresenta, insomma, la "pietra angolare" dell'intero sistema, il pilastro fondamentale, la chiave di volta. Fuori una buona volta i partiti dall'azienda, potrebbe essere risanata e gestita correttamente, sia in senso politico sia economico. Per svolgere così effettivamente quel "servizio pubblico" che ormai rischia di diventare sinonimo di populismo televisivo.

(sabato@repubblica.it)