

## L'intervento

Sistema tv azzoppato:  
le colpe di BerlusconiCarlo  
Rognoni

● SE OGGI IL SISTEMA RADIOTELEVISIVO, QUELLO PUBBLICO COME QUELLO PRIVATO, È INGINOCCHIO LO SIDEVE A CHI HA GOVERNATO NEGLI ULTIMI ANNI. E la colpa più grave è di Silvio Berlusconi. Per quanto possa sembrare paradossale, infatti, proprio Sua Emittenza si è opposta a qualsiasi riforma che incidesse sullo status quo. La voglia di continuare a far soldi con il vecchio sistema, quasi fosse una rendita garantita, gli ha fatto velo, gli ha impedito di vedere come il mondo digitale stava profondamente cambiando lo scenario. E il risultato è ormai sotto gli occhi di tutti: Mediaset, la sua azienda, il suo gioiello di famiglia, è in affanno. Né più né meno della Rai. E perfino le centinaia di tv locali che per anni si sono appoggiate a Berlusconi, sperando nelle briciole che il Cavaliere lasciava loro, oggi sono in gravissima sofferenza.

Dieci anni fa, in *Inferno Tv, Berlusconi e la legge Gasparri* (uscito nel 2003, Marco Tropea editore), avevo scritto. «Media-

set che pure è una grande azienda da troppo tempo punta più sui favori della politica che non sulle sue capacità manageriali di innovazione e di crescita. È un'azienda che investe tutto sulla politica. Mette in campo addirittura il suo azionista, prima come leader politico e poi come primo ministro, pensando così di poter gestire le difficoltà di mercato».

Anche il governo di Mario Monti, che può in parte essere giustificato visto che aveva altri obiettivi prioritari, quando tuttavia si è trattato di decidere sul futuro della sola Rai, non è stato in grado di svincolarsi dall'abbraccio strumentale di Berlusconi. E dire che Pierluigi Bersani aveva ben spiegato al premier che il Pd non avrebbe ceduto al ricatto delle «nomine alla Gasparri», convinto che se non si cambiava davvero la legge difficilmente il servizio pubblico avrebbe saputo riconquistare credibilità e soprattutto capacità strategica.

Il risultato è drammatico. L'ex duopolio è alle prese con la peggior crisi pubblicitaria degli ultimi decenni e sta scoprendo una realtà ancora peggiore: le difficoltà di bilancio di Rai e Mediaset non possono essere imputate solo alla crisi generale economico-finanziaria, ma sono ormai strettamente collegate alla struttura organizzativa, al modo di fare televisione nell'epoca di internet, della rivoluzione digitale.

Si può ipotizzare di mettere nell'Agenda per il 2013 una riforma che partendo dalla Rai diventi un segnale per tutto il sistema? Capisco che in campagna elettorale quello che interessa la gran parte dei partiti è altro: i minuti,

tanti o pochi, che Rai e Mediaset e Sky e le cento e più tv locali dedicano alle singole forze in campo per la conquista della maggioranza alla Camera e al Senato. Viviamo settimane in cui si parla soprattutto di par condicio, di regole che spettano alla commissione bicamerale di vigilanza e all'Agcom. Eppure il futuro del sistema radiotelevisivo, che è magna pars del sistema dei media, rappresenta una sfida per la qualità stessa della nostra democrazia. Senza dimenticare che il futuro prossimo della banda larga ha già oggi e avrà ancor più nei prossimi anni un ruolo determinante per lo sviluppo dell'economia e della società.

Ebbene mi piacerebbe che in campagna elettorale si parlasse anche di questo: di come affrontare il tema delle frequenze tv in rapporto allo sviluppo delle tlc; di come cambiare la Gasparri non solo per la governance della Rai ma anche per le regole antitrust; di come dar vita a un grande operatore di rete nazionale autonomo rispetto ai broadcaster; di come affrontare la concorrenza dei giganti del mercato americano come Google, Apple, Amazone, Microsoft; di come finalmente creare le condizioni affinché nell'audiovisivo siano premiati creatività, cultura, identità nazionale ed europea; di che cosa deve essere il servizio pubblico nell'epoca della crossmedialità. E se si può immaginare un ruolo diverso da oggi della Rai e delle tv di prossimità, legate al territorio. Chi vuol vincere le prossime elezioni deve misurarsi anche su questi temi, che non sono affatto di esclusivo interesse per gli addetti ai lavori, ma sono davvero strategici per la crescita di un Paese.