

IL SABATO DEL VILLAGGIO

GIOVANNI VALENTINI

LA TELEVISIONE MALATA
DI QUESTO PAESE MALATO

PADRONE del divertimento televisivo, rastrella pubblicità, ammassa profitti, opera lobotomie collettive mai viste.

(da "Morbo italiano" di Franco Cordero - Laterza, 2013 - pag. 90)

È la prima volta, a memoria di "homo videns", che il direttore generale della Rai sfida apertamente la politica per difendere gli interessi della sua azienda. E già questa novità, anche al di là del merito, è degna di considerazione. Non tanto perché denota un' apprezzabile autonomia personale e manageriale, quanto perché rivendica "coram populo" l'indipendenza della televisione pubblica rispetto alle interferenze del potere.

Quando Luigi Gubitosi dichiara pubblicamente che «Crozza non è in Rai per colpa della politica», attacca il Pdl e in particolare il suo capogruppo alla Camera, Renato Brunetta, che aveva contestato i cospicui compensi del comico e di Fabio Fazio. Ma in realtà la sortita del direttore generale mette sotto accusa il conflitto d'interessi che condiziona da un ventennio tutto il sistema televisivo italiano: cioè quell'anomalia incarnata dalla figura di Silvio Berlusconi proprietario di Mediaset, capo di partito e già uomo di governo. Una distorsione del mercato che altera il pluralismo dell'informazione e la libera concorrenza.

Se in Italia quel conflitto fosse stato effettivamente disciplinato; se non esistesse una concentrazione televisiva privata con tre reti in concessione; se Berlusconi non fosse il padrone del Biscione oltre che il leader del Pdl; e se infine l'onorevole Brunetta non fosse il capogruppo del medesimo partito a Montecitorio, non potremmo dargli poi tutti i torti quando reclama la massima trasparenza sui compensi della Rai. E così bisognerebbe fare luce anche sui contratti di certi produttori esterni per trasmissioni che si potrebbero tranquillamente realizzare "in casa". O sullo strapotere di certi "agenti" che impongono attori e attrici, conduttori e conduttrici, mogli e fidanzate.

Ma l'offensiva del Pdl contro la Rai si configura oggettivamente come un "favoreggiamento" a beneficio del suo principale concorrente diretto, un aiuto del partito-azienda all'azienda-partito. Se alla fine Crozza è stato costretto a rinunciare al contratto con la Rai per sottrarsi a questo fuoco di sbarramento, la tv di Stato rischia ora di perdere ascolti e pubblicità a vantaggio di Mediaset e ovviamente anche de La 7 che continuerà a ospitare le trasmissioni del comico. È il trionfo del conflitto d'interessi, l'apoteosi dell'anomalia berlusconiana.

Si può disquisire quanto si vuole, allora, sull'astronomico compenso di Fazio e sul gestaccio di Maradona nella trasmissione "Che tempo che fa" da lui condotta. Ovvero, sul ruolo e sulla responsabilità del servizio pubblico radiotelevisivo. Ma tutte le polemiche che hanno investito in questi giorni la Rai hanno un'origine comune che qui denunciamo da tempo: la doppia natura o la doppia anima della tv di Stato, da una parte azienda pubblica che incassa il canone e dall'altra soggetto privato che raccoglie pubblicità sul mercato.

È proprio da qui che scaturiscono molte delle disfunzioni e storture che affliggono il nostro servizio pubblico, a differenza di quanto accade nel resto dei Paesi europei. La Rai, come Arlecchino servo di due padroni, è chiamata a fare contemporaneamente due parti in commedia: assolvere agli obblighi che derivano dal contratto di servizio con lo Stato e inseguire gli ascolti per contenderli alla tv commerciale, con il rischio di omologarsi al suo modello. C'è uno strabismo congenito, dunque, che altera inevitabilmente la televisione dei dirigenti, dei funzionari, dei giornalisti, dei conduttori o delle conduttrici di viale Mazzini e Saxa Rubra.

Sull'altare dell'audience, troppo spesso la Rai sacrifica - come davanti a una moderno totem mediatico - la sua missione istituzionale di servizio pubblico, con trasmissioni trash del genere "pacchi", isole-dei-famosi o serial e telefilm americani di cui viene infarcito il palinsesto di alcune reti del digitale terrestre. E mentre noi, cittadini e telespettatori, paghiamo il canone d'abbonamento, l'azienda pubblica continua a drenare risorse sul mercato della pubblicità, a danno di tutti gli altri media, vecchi e nuovi. Questa è la tv malata di un sistema e di un Paese malato.

(sabato@repubblica.it)