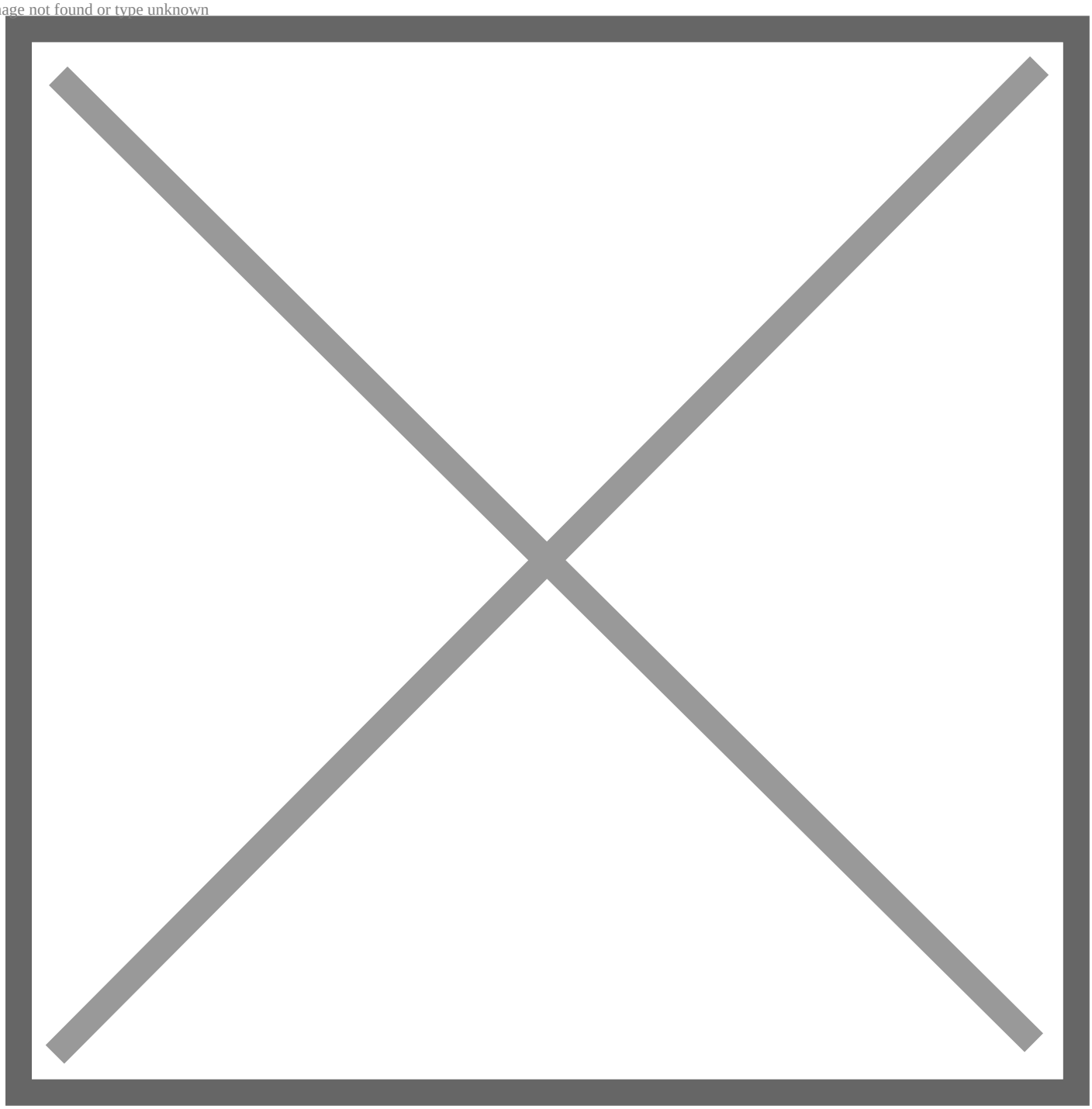
Image not found or type unknown



INFORMAZIONE DI STATO

La crisi della Rai fra tagli, sprechi e riforme promesse

POLITICA 24_09_2014

img

Luigi Gubitosi

Image not found or type unknown

Ruben Razzante

Image not found or type unknown

La Rai è in gran subbuglio e sono in molti a profetizzare giorni davvero bui per la Tv di Stato, lacerata da guerre intestine e dall'incapacità di tagliare i costi e di rilanciare la sua programmazione.

Il premier finora si è occupato di Tv pubblica solo per litigare in diretta con Floris durante una puntata di *Ballarò* (nella stagione scorsa) e per imporre un prelievo di risorse di 150 milioni di euro dal bilancio Rai (secondo quanto stabilito dal commissario Carlo Cottarelli), a titolo di contribuzione per l'intervento degli ottanta euro al mese in busta paga varato dal governo. Per il resto solo proclami, mentre gli ascolti dei telegiornali e dei più prestigiosi programmi di intrattenimento continuano a scendere. Tanto più che il direttore generale Luigi Gubitosi, nominato nel 2012 dal governo Monti, non è stato neppure ricevuto in questi mesi a Palazzo Chigi, a riprova della scarsa considerazione che ne ha il premier. Eppure la riforma della Rai in questi mesi è proprio nelle mani del dg che deve fronteggiare le ire di Usigrai e giornalisti del Tg1, del Tg3 e, da

ieri, anche del Tg2, per l'annunciato disegno di accorpare tutte le testate giornalistiche in due newsroom con due super-direttori.

La goccia che ha fatto traboccare il vaso è stato l'ingaggio di Massimo Giannini, proveniente dal quotidiano La Repubblica, al posto di Giovanni Floris come conduttore di *Ballarò*. In Rai ci sono più di 1.500 giornalisti, ma nessuno che evidentemente costasse meno dei 900mila euro che sono stati offerti a Giannini per realizzare due edizioni annuali di quel talk show. Una scelta davvero discutibile e assai criticata, all'interno e all'esterno dell'azienda. In una fase di contrazione dei fatturati pubblicitari (meno 30% in due anni per Viale Mazzini) e di riduzione del 5-10% di tutti i compensi, è apparso offensivo ai giornalisti della Tv pubblica l'idea di prendere dall'esterno un conduttore, peraltro privo di esperienze giornalistiche radiotelevisive e assolutamente inadeguato, in quanto fortemente di parte, per un ruolo di terzietà come quello di chi è chiamato, in uno studio televisivo, a dare spazio uguale alle opinioni di tutti.

Ma veniamo alle modifiche in cantiere per riformare la Rai. Gubitosi punta a ridurre gli sprechi e a evitare duplicazioni inutili, per esempio nelle troupe che seguono eventi internazionali. Inoltre, intende ridurre i costi delle trasferte come ha già fatto anni fa Mediaset, creando un'agenzia giornalistica che fornisce ai vari Tg (escluso il Tg5, nel caso di Mediaset) i servizi da mandare in onda: un solo giornalista inviato nel luogo di svolgimento dei fatti, che monta un servizio che va in onda in diversi telegiornali di canali Mediaset diversi (anche il canale all news). D'altronde sono organizzate così anche le Tv pubbliche nei principali Stati europei. C'è poi il nodo delle sedi regionali. Si parla di chiuderne alcune o comunque di ridimensionarle. Sfruttare meglio spazi redazionali enormi e sfoltire organici pletorici potrebbe consentire una razionalizzazione delle spese. C'è poi la guerra sulla pubblicità. Dopo la contrazione del fatturato pubblicitario Rai di circa il 30%, la concessionaria Sipra (che gestisce la pubblicità della Tv di Stato) ha varato politiche al ribasso sulle tariffe del servizio pubblico, con sconti fino al 90% (pur di non perdere clienti storici e, magari, per conquistarne degli altri). Questa rincorsa al ribasso fa felici gli inserzionisti ma penalizza i concorrenti Sky e Mediaset alterando il mercato. Ma è l'unica strada, in questa fase, per frenare l'emorragia di contratti di advertising.

Nella riforma della governance Rai si parla di “modello Bbc”, con un coinvolgimento effettivo degli utenti e una programmazione qualitativamente più elevata. Per far questo, però, occorrerebbe finanziare con il solo canone almeno un canale, sganciandolo dalla "dittatura" degli inserzionisti e dall'ossessione dell'audience. Ciò consentirebbe di sperimentare nuovi contenuti e nuovi format al fine di valorizzare le

potenzialità storico-culturali dell'archivio Rai e le capacità innovative dei produttori di programmi, senza l'assillo del business. Renzi ha fatto sapere di voler abolire il consiglio d'amministrazione (in scadenza nella primavera 2015) e di volerlo sostituire con un amministratore unico (si fa già il nome di Walter Veltroni). Sarebbe questo, nelle intenzioni del premier, un modo per disarcionare la governance Rai dai condizionamenti politici che ne hanno sin qui minato la credibilità e l'efficienza.

Infine la partita che riguarda Raiway, la società proprietaria dei ripetitori, che verrà quotata entro fine anno. Il 40% di quella controllata finirà sul mercato e attirerà capitali privati. I mugugni tra i dipendenti Rai non mancano, considerato che Raiway rappresenta un asset strategico per l'azienda di viale Mazzini e che una sua privatizzazione potrebbe pregiudicare ancor più la sua autonomia. Tutte queste novità verranno gestite da Gubitosi, che però ha già annunciato che non resterà al suo posto neppure un giorno in più della fine del suo mandato (primavera dell'anno prossimo). Riuscirà a imporre questi dolorosi sacrifici ai giornalisti, considerato che fra sette mesi o anche meno sarà già da un'altra parte? Riuscirà a fare quello che i suoi predecessori non hanno neppure tentato di fare?