

Venerdì prossimo a Roma la tavola rotonda "Una testata giornalistica unica per la Rai?" promossa da Infocivica

Idee per rilanciare il servizio pubblico

Bene ha fatto il direttore generale **Lorenza Lei** a ribadirlo: "La Rai è un servizio pubblico che prima di tutto risponde ai cittadini". Prendere sul serio questo principio, a ogni livello aziendale, basterebbe a evitare soffocanti ingerenze esterne. E aprirebbe una nuova stagione creativa. Per offrire al pubblico, che pure continua a premiare con gli ascolti le reti pubbliche, programmi di valore non effimero. Chiaramente riconoscibili per qualità di contenuti e ricchezza formale.

La televisione può ancora essere "buona maestra", afferma Ettore Bernabei, storico direttore Rai. Il servizio pubblico non va abbandonato alla deriva omologante imposta dai meccanismi produttivi commerciali. C'è una domanda inesausta di programmi innovativi. Ispirati a modelli valoriali e stili di vita meno arroganti ed egoistici rispetto al recente passato. Torna ad avere senso l'espressione "bene comune". A tali esigenze la Rai è chiamata a dare risposta. Anzitutto rimettendo in primo piano la capacità di ideare e produrre in piena autonomia. Senza il ricorso a costosi format preconfezionati all'esterno. Ciò vale non solo per l'intrattenimento e la fiction. Anche il giornalismo d'inchiesta deve diventare protagonista dell'offerta informativa delle molte testate Rai; per sperimentare efficaci forme di racconto dell'attualità. I dibattiti fra politici, poi, avrebbero un altro sapore se ambientati dentro le fabbriche, le scuole, i quartieri, coinvolgendo le comunità locali. Le vecchie tribune politiche ci appaiono ora troppo "ingessate". Eppure lo scambio d'insulti tra gli ospiti negli attuali talk show provoca disgusto in non pochi telespettatori. Per i giornalisti si tratta di tornare all'etica di cercare di persona la verità dei fatti. Restare chiusi nelle redazioni a "cucinare" lanci d'agenzia non soddisfa più il desiderio di sapere dei giovani, dei cittadini che vogliono capire dove va un mondo che cambia velocemente, delle imprese impegnate in sfide su scala globale. Nel servizio pubblico, ripeteva Jader Jacobelli, storico moderatore delle tribune politiche Rai, la professione giornalistica va vissuta "non come un credito, ma come un debito, non da protagonista ma da delegato". Il giornalismo, aggiungeva Jacobelli, va "esercitato come servizio e non come potere, contro ogni condizionamento di parte". Purtroppo, non di rado si ha l'impressione che politici e giornalisti appartengano allo stesso mondo. E non potrebbe essere altrimenti. Se, come denuncia il sociologo Franco Rositi, "il ceto politico ha nella televisione il suo pressoché unico canale di massa e ha imparato a usarla come zona libera da controlli di verità, dove ogni opinione vale un'altra e i fatti coincidono con le dichiarazioni".

La democrazia ha bisogno di una responsabile e rigorosa mediazione del flusso di opinioni politiche. Il ceto politico ha ruoli di rappresentanza d'interessi e di lotta per il successo. Il

giornalismo, invece, ha il dovere della verità. L'aver moltiplicato le testate giornalistiche Rai non ha risolto la questione del pluralismo. Ma lo ha fatto degenerare in lottizzazione. Per soddisfare le esigenze di rappresentanza delle forze politiche sono stati aumentati gli incarichi da distribuire. Senza che ciò migliorasse la qualità dell'informazione. Per uscire da tale situazione l'associazione Infocivica ha promosso, per venerdì prossimo a Roma, un importante dibattito sul tema: "Una testata giornalistica unica per la Rai?". L'innovativa proposta sarà discussa, presso la sede del Movimento Europeo (piazza della Libertà 13), da Andrea Melodia, presidente Ucsi, **Angelo Maria Petroni**, segretario Aspen Institute Italia, **Carlo Rognoni**, presidente Forum riforma televisiva. Moderati da Massimo De Angelis, direttore di Nuova civiltà delle macchine. Sono previsti interventi di Marco Simeon, Andrea Lorusso Caputi, Matteo Maggiore e Michele Mezza. Conclude Gerardo Mombelli, presidente Infocivica.

L'iniziativa giunge in una fase cruciale per la Rai. Sono in molti a chiedersi: perché avere canali di servizio pubblico, se non si nota alcuna differenza tra la loro offerta e quella della concorrenza commerciale? Le tv pubbliche, per adempiere i loro doveri, devono certo mantenere un contatto regolare con tutti i cittadini, quindi buoni ascolti. Ma devono anche differenziarsi nettamente dal resto del mercato dei media. È una via difficile, in equilibrio tra errori opposti: populismo ed elitismo. La crisi che attraversa il giornalismo spinge con urgenza a "reinventare" il modo di fare informazione. Internet ha impresso una svolta radicale. Non solo nel modo di concepire le notizie; bensì anche nei meccanismi di produzione del consenso democratico. In Italia questa svolta culturale non sembra all'ordine del giorno.

Fino a oggi gli italiani sono stati obbligati, da una parte a versare un canone (pur tra i più bassi in Europa) per finanziare un servizio pesantemente condizionato dai partiti; dall'altra hanno visto una porzione delle loro imposte finire nelle casse di alcuni giornali. Anche in questo caso secondo regole decise e gestite dal mondo della politica. Lo sviluppo della Rete riapre adesso i giochi. E chiede cambiamenti radicali. La Rai può diventare il laboratorio dell'innovazione.

Pasquale Rotunno

