

Una proposta sulla questione Rai - Raiway

26 maggio 2014 - In questi ultimi giorni di convulsa campagna elettorale si è affacciata di nuovo la questione RAI. Ovviamente la necessità di dare risposte alla pancia dell'elettorato, fortemente scosso dal nuovo capitolo della saga italiana di tangentopoli (a proposito perché la RAI non mette in cantiere una bella fiction internazionale per raccontare agli italiani e al mondo la malapianta della degenerazione del modello italiano?) e dalla campagna di Grillo, che sembra aver sfondato gli argini di un risentimento popolare a cui nessun partito italiano è in grado di dare un indirizzo politico né a destra né a sinistra. Altri dicono che la strategia del Premier Renzi sia suggerita da una strategia volta a "piegare" pezzi di establishment interno dell'azienda e a prefigurarne il suo controllo. Certo, avere tre canali a disposizione dalla propria parte sembra essere l'ultima differenza sostanziale nell'armamentario a disposizione del segretario del PD rispetto alla stagione d'oro dell'ex-Cavaliere di Arcore. Se a queste necessità sotterranee si somma il sale e il pepe della riduzione degli stipendi per i grandi manager pubblici (a proposito ma non c'era già stato il provvedimento di limitazione per le società pubbliche, escluse quelle quotate?) e la volontà "esplicitata" di voler far fare sacrifici a tutti in un momento di crisi, il quadro si compone automaticamente. Ovviamente, l'immediata risposta interna (scontata, ma non nei toni) paga lo scotto della bassa credibilità dovuta dall'essere una risposta percepita come corporativa da un mondo che, visto da una società sempre in crisi, percepisce l'ambiente dell'informazione e dello spettacolo come un pezzo di società che ostenta condizioni di vita privilegiate. Il premier lo sa e non ha neanche bisogno di controbattere più di tanto alle critiche interne.

Quello che stupisce è il complessivo silenzio "politico" intorno ad una vicenda che risulterà determinante per il futuro della nostra democrazia. Se il tema della RAI fosse riducibile a quello del destino di qualche decina di migliaia di

persone, potremmo derubricarlo a fatto di natura sindacale, un problema occupazionale e di ristrutturazione come quello di Alitalia (ieri e oggi) di Telecom (ieri), di Poste (ieri e forse domani) o dell'ILVA (oggi), della FIAT (sempre), dell'Elettrolux, della Lucchini, dell'Alcoa, delle miriadi di aziende del Veneto, ecc.. A questa riduzione di prospettiva lavorano sia quelli al governo, che mirano ad evidenziare il loro intervento sul tema dei costi e delle sedi regionali, sia il silenzio dei partiti e delle associazioni. E pensare che il PD aveva anche fatto l'"ammulina" di portare nel C.d.A. una delegazione frutto di una indicazione delle associazioni! Nessuno scatto di orgoglio interno di chi è lì in rappresentanza della famosa "società civile" a convocare associazioni, cittadini, politici e spiegare cosa significa una riduzione degli spazi della RAI nel momento in cui i grandi soggetti internazionali stanno preparando l'assalto ai servizi pubblici europei. Nessuna strategia alternativa da lanciare per far rimettere le radici ad un servizio pubblico che, non solo continua a perdere smalto, capacità di penetrazione nelle giovani generazioni, voglia di sperimentare un nuovo modello di servizio pubblico nell'era della crossmedialità, proiettando in questo secolo una prospettiva che sembra perdere spessore a favore di una totale mercificazione dei grandi flussi di comunicazione, processo in grado – per la propria potenza interna – di stimolare processi di omologazione anche della capacità produttiva dal basso. Se non si crede a tale affermazione basta analizzare il fenomeno Youtube in questi anni e la sua capacità di creare un modello di produzione al quale si omogeneizza l'intera società mondiale.

Il tema politico è che una democrazia è tale se i flussi di comunicazione sono liberi e non "arginati" in confini precostituiti, se la produzione culturale mantiene non solo la sua funzione intrattenitrice, ma la sua funzione critica, esattamente come l'informazione. Non basta essere il TG più visto o dare "per primi" la notizia.

È la missione di creare costantemente occhiali nuovi, critiche non mediate, se si ha “la schiena dritta” non solo perché garantisce una carriera in tale redazione o nell’altra. Tutto questo, si dirà, lo si garantisce attraverso la pluralità di voci esistenti. Ognuno sceglie la propria e si approvvigiona delle informazioni che ritiene più giuste. Vero. Quasi sempre per la carta stampata. Ma è così anche per la televisione? Credo di no. E ci sono analisi e studi, oltre che la vita pratica, a dimostrarcelo. Non a casa sulla televisione si accendono ancora scontri politici di prima grandezza. Potremmo parlare dell’inerzia del telecomando, con i suoi nove tasti principali a disposizione, per arrivare all’inerzia che deriva dalla trasmissione dei famosi contenuti premium, film blockbuster e calcio. Non è un caso che intorno a queste due piccole vicende si è combattuta, in questi anni di transizione al digitale terrestre, una battaglia gigantesca fatta per conservare la numerazione automatica che garantisce a RAI, Mediaset e LA7 la collocazione nei primi 8 tasti di ogni telecomando; né che sulla vicenda dei contenuti premium Mediaset abbia giocato tutte le proprie carte, strappando i diritti radiotelevisivi per la Champions League alla cifra di 700 milioni di Euro, e Murdoch provi a contrattaccare con l’ipotesi di fusione delle proprie strutture nazionali presenti in Europa e la creazione di una società in grado di arginare l’arrivo delle piattaforme come Netflix e le altre in via di costruzione da parte delle principali società di telecomunicazione.

A questa situazione, brevemente accennata, cosa risponde l’azionista della principale azienda radiotelevisiva del paese? C’è un rilancio di strategia? C’è la richiesta, al management di uscire dal tran tran della discussione sui contratti di Vespa, Fazio o di Sanremo? Qual è la strategia per il rilancio del ruolo del servizio pubblico? Del ruolo, prima che dell’azienda? E a livello più generale, certo forse pretenderò troppo, qual è la strategia dell’attuale governo sul futuro del paese nel nuovo scenario della comunicazione digitale? Aspettiamo la fine dell’agenda digitale per

decidere cosa dobbiamo fare (e nel frattempo ci facciamo distruggere l’intera filiera nazionale) o ci dotiamo di una strategia? E le forze di sinistra (se ci sono e hanno ancora una voglia di dire delle cose in positivo e non stare al gioco del rimpiazzino delle dichiarazioni serali) hanno una idea di cosa deve essere la spina dorsale comunicativa di un paese democratico? Hanno percezione che se perdono questa battaglia perderanno definitivamente l’ultima arma in grado di opporsi alla logica “dell’industria di senso” che è in grado di omogeneizzare e sussumere ogni aspetto comunicativo e triturare il presente per piegare ogni futuro?

Allora bisogna avanzare dei progetti nel momento in cui si dice di no a quelli del governo. Bisogna saper indicare una strada alternativa che sia coerente con le opzioni politiche di fondo e praticabile sul piano industriale. Per fare questo non bisogna essere necessariamente “compatibilisti”. Si possono fare proposte realiste che siano concretamente rivoluzionarie, come direbbe Papa Francesco. Allora prendiamo ad esempio, il “problema Raiway”. Per chi non conosce la vicenda, Raiway rappresenta la società che controlla le frequenze di distribuzione del segnale radiotelevisivo e possiede i ponti di connessione situati nei punti più strategici del paese. È uno dei principali tesori dell’azienda, insieme alle “teche”, e risulta essere strategicamente fondamentale per la nuova fase del settore delle TLC. Le nuove possibilità di copertura dei nuovi servizi a banda ultralarga necessitano di un quantitativo importante di frequenze di trasmissione e chi metterà le mani su quell’azienda non lo farà certo per garantire una migliore gestione dell’attuale ruolo che svolge RAIWay per il servizio pubblico. RAIWay, una volta dismesso il totale controllo pubblico, sarà oggettivamente risucchiata nel processo di privatizzazione dell’etere e per il suo utilizzo a vantaggio di un privato. Un tesoro del genere non può essere “dismesso” per fare cassa, né fatto partecipare in minoranza ad un soggetto privato

che ne piegherebbe, legittimamente, gli interessi alle proprie strategie.

Una strada alternativa, per non lasciare tutto così com'è e marciare verso la totale dismissione, sarebbe quella di aprire un processo strategico per il paese. Si potrebbe partire dalla separazione di RAIWay dalla RAI e dalla costruzione, intorno a tale nocciolo di competenze e impianti strategici, di una "Azienda Pubblica di Rete" che traguardi il nostro paese verso il futuro digitale. Una volta incorporata, tale azienda, dovrebbe garantire per un lungo periodo, diciamo 10-15 anni, la diffusione gratuita del segnale della RAI e in seguito a tale periodo il costo di trasmissione sarebbe calcolato solo al prezzo di costo industriale (garantito dall'AGCOM). A tale struttura si potrebbe garantire la confluenza di tutte le strutture di rete oggi esistenti che vogliono essere dismesse dagli attuali gestori e spingerli a diventare "fornitori di servizi", tornando alla ispirazione "europea" che vedeva una incompatibilità tra chi possiede le reti e chi costruisce e vuole veicolare i contenuti. E questo dovrebbe riguardare non solo l'ambito televisivo, ma tutto il settore delle TLC, Telecom Italia compresa, un'azienda che non riesce a svincolarsi dalla sua vecchia rete ormai obsoleta e che condanna tutto il paese ai ritardi a cui è costretta dagli errori compiuti dalla sua privatizzazione passando per tutte le gestioni private di questi anni.

Tale nuova azienda pubblica potrebbe garantire non il semplice travaso generazionale di un po' di dipendenti pubblici, come preannuncia di voler fare il governo Renzi. L'azienda risulterebbe un asset nazionale con un patrimonio strategico valutabile in miliardi di euro e in grado di attirare risorse di natura obbligazionaria, anche privata, e sulla quale far convergere sicuramente le risorse della Cassa Depositi e Prestiti per la realizzazione della nuova banda ultralarga necessaria al nostro paese per riprendere il terreno di un nuovo modello di sviluppo. Questa società sarebbe in grado di fare sviluppo di qualità al proprio interno, ma anche di garantire un salto nella

qualità dell'occupazione dell'intera economia italiana che approderebbe, finalmente, all'era digitale in tutti i settori come è avvenuto in tutti i paesi avanzati e anche in quelli che non siedono al G8.

È una necessità strategica e politica, quindi. E non parlerebbe solo al nostro paese. Sarebbe, infatti, anche una risposta alla decisione americana di intraprendere lo sviluppo del web a due velocità attraverso un'alternativa alle mere dinamiche di mercato. Non solo, una tale infrastruttura potrebbe garantire standard di privacy e di trasparenza nelle nostre comunicazioni di nuova generazione che sono sempre più necessari per garantire le nostre libertà nelle società digitali. E potrebbe garantire spazi di sperimentazione sociale all'utilizzo di quel bene comune così prezioso che sono le frequenze e le reti di comunicazione. Sarebbe una ipotesi alternativa percepibile, in grado di legare la battaglia per una qualità nuova e più avanzata della nostra democrazia al tema di un nuovo modello di sviluppo, in grado di connettere l'innovazione digitale nella produzione classica ma anche di estendere esperienze legate a nuove forme di organizzazione della vita sostenibile come le economie a Km0, i GAS, le filiere corte, i makers, le tecnologie 3D, ecc...

Certo, per fare delle scelte di politica industriale servono delle scelte, delle idee e delle opzioni strategiche che escano dal guado preassegnato. Per questo la discussione sul futuro della RAI non può essere lasciata solo ai dipendenti dell'azienda e assume una valenza politica generale.

Sergio Bellucci