

*La confusione permane, gli scenari restano incerti, l'impressione è che nell'agenda del Governo la politica mediale non rappresenti esattamente una priorità. L'autunno 2014 ci porterà il disvelamento degli "arcana impèrii"?*

# Qual è l'idea di Renzi su Tv e media?

di **Angelo Zaccone Teodosi (\*)**

gli speciali

**I**l "Renzi-pensiero" sulla Rai e, più in generale, sui media, ovvero sul sistema dell'informazione e dell'entertainment, sull'industria culturale e creativa, ci sfugge: i segnali che registriamo continuano ad essere contraddittori e confusi.

È evidente che il Presidente del Consiglio su un altro versante ha lasciato "carta bianca" al Ministro Dario Franceschini, che incassa il buon risultato di un decreto legge, l'ormai famoso "Art Bonus" (di sicura conversione in legge dello Stato), che introduce novità significative in materia di mecenatismo culturale. Si tratta di un provvedimento che cerca di allineare il nostro Paese a quella sensibilità (anche fiscale) che nazioni come la Francia ci insegnano da decenni.

Ma sulla Rai? Sulle Tv locali? Sull'industria di contenuto? Sul sistema dei media in generale?

I segnali sono sconnessi e disordinati e "il silenzio di Renzi sulla politica mediale" (come titolavamo nell'edizione del maggio 2014 di "Millecanali") rischia di divenire imbarazzante. Un silenzio assordante, al di là dei fuochi di artificio di alcuni annunci: va detto (e scritto) a chiare lettere, il famoso annunciato taglio cruento dei 150 milioni di euro a viale Mazzini non è una decisione all'altezza di un Esecutivo che voglia riformare in modo lungimirante né la Rai specificamente né il sistema mediale tout-court.

Quel che è poi emerso dal summit renziano promosso dall'Associazione dei Dirigenti Rai (Adrai) non ha contribuito a ben chiarire lo scenario. Rimandiamo i lettori al "focus" che "Millecanali" ha pubblicato

l'indomani sull'edizione web della testata il 24 giugno 2014: "L'importante giornata dei dirigenti Rai. La kermesse renziana sui futuri possibili della Rai, promossa dall'enfant prodige Luigi De Siervo".

## Democrazia autoritaria?!

In sostanza, si nutre l'impressione che una tensione decisionista (che è sempre al confine di quella che "il Fatto Quotidiano" ormai definisce "democrazia autoritaria") si associ ad una qual certa debolezza strutturale, con buona pace di una sana tecnocrazia: la politica degli annunci, roboanti e radicali, che interpretano un qual certo "buon senso" comune (la Rai percepita da molti cittadini come "grassa" e "ricca"...), senza che, poi, intervenga una strategia di lungo periodo, un progetto di respiro, un'idea alta. L'impressione che emerge è un deficit di tecnicità ed una approssimazione discretamente demagogico-populista, in salsa mista sinistrorsa.

Riscontriamo in Renzi alcune caratteristiche del modo di "far politica" - e di "far comunicazione" politica - proprie dell'esperienza berlusconiana. È inevitabile, nel mercato della politica-spettacolo (senza necessariamente citare Debord e i situazionisti)?

Per quanto riguarda specificamente la Rai, circola notizia (trasparenza zero...) che il premier abbia affidato a una "task force" il compito di redigere un "piano d'azione" (la terminologia para-militare è parte di un armamentario semantico d'impatto), che dovrebbe "rendere la Tv



pubblica moderna, competitiva e libera dai partiti” (uò!!!): l’elezione schiera dei consiglieri del Principe è formata dal Vice Ministro Antonello Giacomelli, dal Sottosegretario all’Editoria Luca Lotti (si segnala - en passant - che le deleghe a Lotti, assegnate con decreto della Presidenza del Consiglio dei Ministri il 23 aprile, sono state pubblicate sulla Gazzetta Ufficiale soltanto il 28 maggio, mentre hanno tardato ancora le deleghe per Giacomelli, e comunque la mitica Agid - l’Agenzia per l’Italia Digitale - è stata affidata alla competenza del Ministro Maria Anna Madia... Che bel coordinamento!), nonché dai deputati Paolo Gentiloni e Michele Anzaldi, ed il neo Presidente dell’Adrai De Siervo ne sarebbe componente-ombra.

Si è parlato anche di una “grande consultazione pubblica” che il Governo dovrebbe lanciare in queste settimane sempre sul tema della Rai, un’altra novità ad effetto.

Il gruppo di lavoro sull’argomento è comunque partito da una sorta di pamphlet curato da Renzi tre anni fa, giustappunto insieme all’amico De Siervo, ai tempi della Leopolda. Sosteneva Renzi (e sosteneva De Siervo): “Oggi la Rai ha 15 canali, dei quali 8 hanno una valenza pubblica. Questi vanno finanziati attraverso il canone. Gli altri, inclusi Rai1 e Rai2, devono essere finanziati esclusivamente con la pubblicità, con affollamenti pari a quelli delle reti private”.

Possibile concreta traduzione: Rai3 finanziata con il canone è la sola Televisione generalista pubblica, Rai1 e Rai2, sul mercato, ma non necessariamente privatizzando le reti. Le linee-guida sarebbero cinque: (1.) superamento della tripartizione Rai1, Rai2, Rai3, ereditata dal patto politico tra Dc, Pci e Psi del 1975, e ormai del tutto anacronistica...; (2.) definizione del nuovo perimetro aziendale: “Servono ancora 15 canali, di cui 3 generalisti? (...) Nessuna Tv pubblica al mondo ha un numero così elevato di canali”...; (3.) razionalizzazione dei telegiornali: secondo il gruppo di lavoro sarebbero in quantità assolutamente abnorme, ed il numero delle edizioni dei telegiornali deve essere ridotto in modo da contenere i costi...; (4.) modalità di finanziamento: canone / non canone, “quanto” canone, a chi...; (5.) modificazione del sistema di “governance”, al fine di evitare che la partitocrazia esprima propri esponenti o sodali in Rai.

### Sulla Rai, 2 idee su 100 (ai tempi della Leopolda)

Per amor di precisione (siamo ricercatori - suvvia - , oltre che giornalisti), abbiamo voluto approfondire ed abbiamo ritrovato la fonte autentica. Queste proposte si trovano nelle “idee” (100, ovviamente 100) che furono presentate alla Stazione Leopolda a fine ottobre 2011, definite anche le proposte per il “WikiPd”. Trascriviamo (alla lettera) le “idee” n° 16 e 17:

“16. Cambiare la Rai per creare concorrenza sul mercato Tv e rilanciare il Servizio Pubblico. Oggi la Rai ha 15 canali, dei quali solo 8 hanno una valenza “pubblica”. Questi vanno finanziati esclusivamente attraverso il canone. Gli altri, inclusi Rai 1 e Rai 2, devono essere da subito finanziati



esclusivamente con la pubblicità, con affollamenti pari a quelli delle reti private, e successivamente privatizzati. Il canone va formulato come imposta sul possesso del televisore, rivalutato su standard europei e riscosso dall’Agenzia delle Entrate. La Rai deve poter contare su risorse certe, in base ad un nuovo Contratto di Servizio con lo Stato.

17. Fuori i partiti dalla Rai. La governance della Tv pubblica dev’essere riformulata sul modello Bbc (Comitato Strategico nominato dal Presidente della Repubblica che nomina i membri del Comitato Esecutivo, composto da manager, e l’Amministratore Delegato). L’obiettivo è tenere i partiti politici fuori dalla gestione della Televisione pubblica”.



**Ipse dixit**

Sia consentito: belle commendevoli intenzioni, con molte contraddizioni interne e quesiti epocali non affrontati nemmeno per sbaglio (Renzi ed i suoi non si domandano quale deve essere il ruolo del “psb” nel nuovo scenario mediale, all’epoca del dominio pervasivo del web?!), ma attendiamo di leggere il testo delle proposte di innovazione normativa, perché - notoriamente - siamo tutti bravi a redigere grandiosi “manifesti”.

La kermesse dei dirigenti renziani non ha comunque consentito di comprendere meglio cosa intenda fare Renzi realmente.

**“Digital Venice 2014”:  
gli sconnessi tasselli del puzzle**

Un altro segnale - di incertezza e di confusione - è venuto dall’approssimazione con la quale è stato organizzato uno dei primi eventi importanti del semestre italiano di presidenza del Consiglio dell’Unione Europea, tenutosi a Venezia dal 7 al 12 luglio, dedicato alla “società digitale” (ovvio, no?!), che ha... evidenziato un “buco” surreale: nell’ennesima passerella mediatica, la “cultura” è completamente assente! Si è trattato del primo evento ufficiale del semestre italiano.

L’italico Governo organizza un mega-summit sulla società dell’informazione, sulle telecomunicazioni ed il digitale attuale e futuro, e, nell’affollato programma, non c’è un incontro uno dedicato a come la cultura possa (anzi debba) avere un ruolo trainante nello scenario complessivo. Il problema di fondo è che l’“agenda” italiana è stata monopolizzata dalle lobby delle tlc, ovvero - per ironizzare

- dei “cavi” e delle “reti” e nessuno ha stimolato una riflessione seria sulla necessità di ragionare piuttosto sui “contenuti”, sulla loro importanza e centralità.

D’altronde, nella stessa Confindustria (sempre più debole verso l’esterno e confusa tra le proprie anime interne), si registra la forza di Confindustria Digitale (presieduta da Elio Catania) e la fragilità di Confindustria Cultura (presieduta da Marco Polillo). Anche se va apprezzato che la seconda abbia prevalso sulla prima nella querelle sulla “copia privata”, ovvero nelle novelle tariffazioni dell’“equo compenso”, data la sensibile decisione assunta dal Ministro Dario Franceschini con il decreto firmato il 20 giugno, che va nella giusta direzione di una ecologia dei media. E si ricordi che c’è anche una terza anima, Confindustria Radio Televisioni (presieduta da Rodolfo De Laurentiis): anch’essa ignorata dal “Digital Venice”.

**In cerca della strategia**

Insomma, è evidente che il Renzi-pensiero non “collega” i tasselli del puzzle: Televisione, media, tlc, cultura, spettacolo, reti e contenuti (a proposito: e lo scorporo della rete Telecom Italia?!)..

La strategia complessiva e globale non c’è.

O, almeno, se c’è, è ancora nelle segrete stanze di Palazzo Chigi.

Attendiamo il disvelamento degli “interna corporis” e degli “arcana impèrii”.

Nel mentre, ci domandiamo se questo è un vero “new deal” del far politica in Italia... ■

*(ha collaborato Elena D’Alessandri)*

(\*) Angelo Zaccone Teodosi è Presidente di IsICult. L’Istituto italiano per l’Industria Culturale è un centro di ricerca indipendente, fondato nel 1992, specializzato nell’economia dei media e nella politica culturale, che si caratterizza come laboratorio mediologico super-partes e non-partisan. Tra i committenti: Rai, Mediaset, Siae, Sky Italia, Uer, Mpa, Agcom, Doc.it, Apt, Regione Lazio, Filas, Sviluppo Lazio, Anci, Comune di Roma...

In particolare, Rai e Mediaset sono associati onorari all’Istituto.

L’Istituto realizza analisi scenaristiche, ricerche comparative internazionali, studi di marketing, elaborazioni normative, monitoraggi istituzionali, attività di pre-lobbying. Dal 2011, cura per Mediaset il progetto “Italia: a Media Creative Nation”, finalizzato a sensibilizzare la comunità professionale ed i “policy maker” rispetto

alla centralità delle industrie creative nello sviluppo socio-economico italiano. Ha promosso, in particolare, alcuni “osservatori”: sulle Televisioni pubbliche europee, sul mercato audiovisivo e multimediale internazionale, sulle Televisioni e i media del Mediterraneo del Sud e dei Paesi Arabi, sulle film commission ed i film fund italiani, sulle potenzialità di Corviale come distretto culturale. Nel 2012, ha promosso il progetto di ricerca e sensibilizzazione culturale “Sacd - Lo Spettacolo Antidoto Contro il Disagio”, sostenuto da Mibac e Siae.

Alcune delle ricerche IsICult sono state pubblicate in volume. In particolare, cura quattro siti web dedicati: [www.italiaaudiovisiva.it](http://www.italiaaudiovisiva.it), [www.corvialedomani.it](http://www.corvialedomani.it), [www.spettacolocontrodisagio.it](http://www.spettacolocontrodisagio.it) e [www.festivaleccellenzenelsociale.it](http://www.festivaleccellenzenelsociale.it).

L’Istituto cura un laboratorio giornalisti-

co, anche su testate specializzate come “Tafter - Cultura è Sviluppo” e “Key4biz”. Fino al 2010, IsICult è stato diretto da Giovanni Gangemi, dal 2011 è coordinato da Elena D’Alessandri. Tra i professionisti che hanno collaborato con IsICult: Elena Cappuccio, Flavia Barca, Andrea Marzulli, Bruno Zambardino. Tra i consulenti attuali: Eugenio Prosperetti, Giulio Pascali, Gaetano Stucchi.

L’Osservatorio IsICult / Millecanali, laboratorio di analisi sulla Televisione e i media, è stato attivato (curato in origine da Zaccone e Francesca Medolago Albani) nell’ottobre del 2000 (vedi “Millecanali” n° 295): questa è l’edizione n° 142. Fino al 2010, l’istituto ha avuto sede a Palazzo Taverna, attualmente IsICult - Studio Casimiro, Piazza Alessandria 17, 00198 Roma, tel. 06/94538382 - 327/6934452 - [info@isicult.it](mailto:info@isicult.it) - [www.isicult.it](http://www.isicult.it).