

Archivio

CORRIERE DELLA SERA

SAGGI GILBERTO SQUIZZATO

La tv italiana, un cambiamento «imbrigliato»

C'era una volta «la più grande industria culturale del Paese», come i politici di sinistra e di destra hanno amato per anni definire la Rai. Ora declassata a semplice distributore di programmi prodotti da altri, fra una pausa pubblicitaria e l'altra. Quello che racconta come la tivù di Stato abbia perduto in pochissimi anni il suo «know how» di «più grande industria culturale» è uno dei capitoli centrali di *La tv che non c'è*, un libro che il giornalista della Rai Gilberto Squizzato ha appena pubblicato per Minimum Fax. La chiave del cambiamento è stata, secondo l'autore, la progressiva esternalizzazione del palinsesto. Appalti e acquisti di format hanno progressivamente inaridito «sistematicamente» l'azienda, con il paradosso, denunciato da Giovanni Minoli in una intervista concessa all'«Espresso» alla fine di novembre 2007, di «vederla dipendere dal suo (allora) maggiore concorrente», disse l'attuale direttore di Rai Educational, «tramite Endemol». «Ma non si tratta - aggiunge Squizzato - solo di Endemol. C'è la Magnolia, c'è la Grundy, c'è Ballandi, e ci sono almeno una quindicina di grandi società di produzione cinetelvisiva che realizzano quasi tutta la fiction finanziata con il denaro della Rai. A suo tempo i sindacati, a dire il vero, non si accorsero di quello che stava accadendo. Non si accorsero che i «veri editori del servizio pubblico» sarebbero presto diventate «le società esterne; società esterne che a loro volta, fatalmente, sarebbero state obbligate a coltivare buoni - anzi ottimi - rapporti con i politici cui spetta(va) nei fatti la nomina dei dirigenti Rai che avrebbero esaminato le loro proposte e acquistato i loro programmi». Uno sguardo alla tabella che Squizzato pubblica qualche pagina dopo, riprendendola sempre dall'«Espresso», è semplicemente illuminante. Nel 2010 il piano di produzione di Rai Fiction supererà 250 milioni di euro. Esattamente, 251 milioni 940 mila euro per produrre 279 puntate di sceneggiati. Al costo medio di 903 mila euro per ogni puntata. Nell'elenco ci sono tutti i maggiori fornitori della Rai. Con costi medi che oscillano fra i 203 mila euro a puntata di «Un posto al sole 15» di Rai Tre ai 2 milioni 485 mila euro a puntata del «Rinascimento» della Lux Vide. A questo, sostiene l'autore del libro, si somma «il problema cruciale di come viene gestita l'azienda del servizio pubblico. Oggi abbiamo una Rai pigra e imbrigliata, restia ad aprirsi a chi è portatore di merito, stretta dentro una ragnatela di poteri burocratico-amministrativi che rende quasi impossibili tempestività di ideazione e rapidità di esecuzione. Nel 2010 per mettere in cantiere un nuovo programma servono decine di firme, che allungano i tempi e le procedure (...). Questo accade perché in larga misura il potere editoriale è stato trasferito al di fuori delle reti e il controllo dei palinsesti - per motivi non solo amministrativi ma soprattutto politici - è stato pesantemente accentrato». «Del resto - è l'amara conclusione di Squizzato - ai direttori di rete si chiede - come ha spiegato Aldo Grasso - fedeltà, non competenza e creatività». RIPRODUZIONE RISERVATA

Rizzo Sergio

Pagina 44

(23 maggio 2010) - Corriere della Sera

Ogni diritto di legge sulle informazioni fornite da RCS attraverso la sezione archivi, spetta in via esclusiva a RCS e sono pertanto vietate la rivendita e la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi modalità e forma, dei dati reperibili attraverso questo Servizio. È altresì vietata ogni forma di riutilizzo e riproduzione dei marchi e/o di ogni altro segno distintivo di titolarità di RCS. Chi intendesse utilizzare il Servizio deve limitarsi a farlo per esigenze personali e/o

ANNUNCI PREMIUM PUBLISHER NETWORK



Prova Renault per 1 giorno

6 modelli da provare per 1 giorno intero. Prenota subito
renault.it/promozioni



SDA Bocconi MPM

Master SDA Bocconi in Public Management
www.sdabocconi.it/mpm



Fiat Panda

Tua da € 7.900 + tasso 0 e anticipo 0. Paghi nel 2012.
www.fiat.it

interne alla propria organizzazione.