

Nel solito e ormai caricaturale gioco delle sedie annunciato a viale Mazzini, che porterà sempre il più improbabile sulla poltrona più estranea alle sue esperienze, manca una nomina che rimane annunciata: il nuovo capo azienda. Come sempre quando un direttore generale e amministratore delegato, quale è Fabrizio Salini, per puntellare la sua precaria posizione si presta al lavoro sporco dei traslochi a catena, il rischio che viene innestato poi si conclude implacabilmente con la sostituzione del promotore del sommovimento.

Tanto più quando la sua nomina, com'è ormai il caso, risulta senza paternità riconosciuta, e nessun pretendente all'adozione. Salini rimane così con il cerino in mano dopo aver firmato l'ennesimo ordine di servizio di nomine senza ragioni, se non il disperato tentativo di guadagnare tempo. Il prezzo però è molto alto: il disconoscimento, anche formale ormai, del piano industriale che fino a ieri rappresentava l'unico, quanto mai evanescente e per altro già del tutto inattuato, segno del suo passaggio alla Rai dopo le esperienze a Fox e Sky.

Proprio l'emergenza del coronavirus, costringendo milioni di persone a tornare dinanzi al caminetto elettronico della tv e a trastullarsi con il telecomando per trovare una bussola nella fosca notte della pandemia, ha rimarcato come la Rai sia dantesca "nave senza nocchiero in gran tempesta..." e soprattutto con quel che segue del poeta.

Nei due mesi di emergenza i canali del servizio pubblico hanno fatto a gara a confondersi con tutti gli altri, perdendo ogni smalto istituzionale e non acquistando certo un tono sbarazzino e impertinente nell'informazione. Nessuna invenzione nella programmazione di servizio, nessuna impennata nelle testate giornalistiche, nonostante il pubblico non mancasse, almeno all'inizio. Chi ricorda in queste dieci settimane un programma, un servizio, una presenza della Rai?

Soprattutto i canali territoriali come i *Tgr* o tematici come i satellitari, per non parlare dell'ameba di *RaiPlay* che cerca sempre il colpo a effetto per diventare da ranocchio principe, non sono riusciti ad agganciare la domanda di funzionalità sociale, di vero servizio pubblico che veniva dalle case degli italiani in cui si intrecciava il televisore con il computer e il telefonino, in una sarabanda multimediale a cui non corrispondeva nessuna proposta di palinsesto aziendale.

I talk inseguivano la concorrenza, contendendo i soliti nomi da intervistare, i varietà sfioravano imbarazzati il tema contagio, le trasmissioni di approfondimento come *Porta a Porta* di Bruno Vespa o *Che tempo che fa* di Fabio Fazio si avvitavano sulle furbizie dei propri conduttori: maligno e acido con il governo il primo, dolciastro e istituzionale il secondo che si è stretto al petto Roberto Burioni trasformandosi in un pronto soccorso virtuale senza farmaci.

Insomma una Rai anonima e irrilevante che si gonfia e si sgonfia di audience a seconda della congiuntura della giornata, ma senza metterci niente di suo. In questo gruppo autistico arrivano le

Rai, nuovo giro di nomine, ma la guardia è stanca

nomine che certo non cambiano nulla: si sostituiscono direttori aggiuntivi con altri casuali, dando una coloritura partitica solo per trovargli un senso.

Diciamo è forse la prima volta in cui la lottizzazione diventa almeno una strategia, un'intelligenza che rende l'azienda funzionale al momento che vive il paese.



Mario Orfeo



Fabio Fazio



Franco Di Mare



Bruno Vespa

Per il resto l'alchimia è del tutto non decifrabile.

La sostituzione della direttrice del *Tg3* Giuseppina Paterniti, che aveva spostato solo qualche portacenere in redazione, con l'immarcescibile ex direttore generale Mario Orfeo che si fa vanto di non disturbare mai nessuno, cosa cambierà? L'arrivo di Franco Di Mare, inviato di vaglia del *Tg1*, e poi impeccabile e intrigante conduttore e pilota di *UnoMattina*, ma del tutto estraneo a strategie di apparato e scelte industriali, cosa comporterà a *Rai3* che procede con il pilota automatico dai tempi di Angelo Guglielmi fino a che morte non sopravvenga?

Lo stesso vale per i cambi al *Gr* o alle fantomatiche direzioni di genere, quale appunto l'offerta informativa o gli speciali. Come sempre i sostituiti avranno il piacere di essere ricordati positivamente al confronto con i successori, ma senza lasciare tracce reali. Il buco nero, come dicevamo, riguarda più in generale il senso dell'intera azienda: cosa serve oggi un servizio pubblico al tempo dell'intelligenza artificiale?

In questi due mesi *Netflix* ha accumulato un patrimonio inenarrabile di dati sensibilissimi sull'immaginario e gli stili di vita degli italiani guardando i suoi utenti con la sua attentissima piattaforma. La *Rai* cosa ha accumulato? Cosa può elaborare? Cosa sa in più del suo paese? E cosa pensa di poter dare alla fase 2? Sono le domande a cui per fortuna non toccherà a Salini rispondere, ma oggi si rischia che nessuno voglia nemmeno porsele. Semplicemente si continuerà a esercitarsi nell'ebrezza della sostituzione del direttore precedente, in un ritmo sempre più frenetico, finché qualcuno annuncerà che *la guardia è stanca*.

E si spegneranno le luci.



Grazie al tuo contributo *ytali* sarà in grado di proseguire le pubblicazioni nel 2020.

Clicca [qui](#) per partecipare alla sottoscrizione

