

CONCLUSIONI

di Gianfranco Bettetini

I commiati dovrebbero sempre essere rapidi, sintetici e dire solo cose belle. Vorrei allora brevemente sottolineare come le tematiche centrali di questo convegno siano state la dimensione dell'opinione pubblica e la sua formazione che, tramite diversi interventi, sono state affrontate anche attraverso la prospettiva dell'informazione, in particolare dell'informazione politica, e quella della cultura, fenomeno questo importantissimo per la televisione.

A diversi livelli, esiste infatti una cultura dell'intrattenimento, degenerata in modo particolarmente evidente negli ultimi anni, esiste una cultura della divulgazione ormai asfittica, ridotta a spazi minimi, concentrati di solito nella fascia notturna, ed esiste una cultura dello sport, che però la RAI non rispetta. Senza ridursi al livello dilettantesco di una televisione come Telenova che, nonostante la sua dimensione cattolica, produce programmi scadenti, dove lo sport vive in funzione dell'aggressività tra cosiddetti giornalisti sportivi tifosi, va però segnalata anche in RAI la progressiva perdita di professionalità dei cronisti sportivi. È sconcertante, per esempio, osservare come le voci che commentano le partite di calcio siano diventate nel tempo quattro, mentre è diminuita in modo allarmante la capacità di fornire al pubblico commenti chiarificatori e non solo ridondanti didascalie di immagini già di per sé chiare.

Esiste quindi cultura dell'intrattenimento, cultura della divulgazione, cultura dello sport, cultura dei linguaggi e dell'espressione del mezzo; un tempo le relative ricerche si conducevano nell'ambito della RAI; non ci si limitava, cioè, a rimorchiare formule e generi dai

privati e dall'estero, abitudine che è divenuta uno dei maggiori problemi del servizio pubblico. In particolare, il recupero di format dal privato resta il nodo più grave, assieme alla rincorsa cieca ai dati Auditel e al problema della pubblicità. Da trent'anni ormai si parla di regolamentazione, di differenziazione tra pubblico e privato negli spazi pubblicitari, ma si finisce poi per non rispettare i limiti né dall'una né dall'altra parte.

In breve, da questo punto di vista, Milano non è un'isola. E neppure un soggetto che richiede ogni tanto un obolo. Milano è la tessera di un mosaico, che vale almeno quanto le altre, inclusa quella che si pretende più importante in virtù della sua vicinanza al potere politico.

Qual è allora l'esito di questo importante convegno? Si è parlato di un laboratorio permanente, gestito dall'Istituto Gemelli-Musatti e si è fatto un passo avanti ancora nel rapporto tra Assessore e Presidente della Provincia con l'idea di un tavolo istituzionale presso lo stesso Istituto. Questa potrebbe essere un'ottima scelta e un'ottima via di impegno per risolvere o perlomeno impostare in maniera nuova tante delle problematiche che abbiamo affrontato insieme in questi giorni.