

65° PRIX ITALIA – L'ALBERO DELLE IDEE  
TORINO 21-26 SETTEMBRE 2013



## EMITTENTI RADIOTELEVISIVE PUBBLICHE NEL XXI SECOLO

Rinascimento o declino?



Lord Patten of Barnes  
Presidente della BBC

---

*Domenica 22 settembre 2013, ore 19.30*

### **Introduzione**

Signora Presidentessa, segretario generale, signore e signori.

Ho il grande piacere di essere oggi a Torino, culla della libertà italiana, per questo intervento inaugurale della BBC al Prix Italia.

Io ho più o meno la stessa età di questo concorso: siamo nati entrambi in un periodo di austerità, nell'ombra dell'ultima grande guerra europea. Fortunatamente, questa austerità non ha frenato né la RAI, né i fondatori del Prix Italia, che, nel 1948, hanno creato un concorso internazionale per la radio e la televisione, cui hanno partecipato i migliori programmi e autori di tutto il mondo. Le prime a partecipare sono state essenzialmente le emittenti radiotelevisive pubbliche nazionali che, nei decenni successivi del XX secolo, hanno avuto un incredibile periodo di crescita, accompagnato dalla prosperità economica e creativa.

Il XXI secolo, al contrario, ha visto la comparsa di nuove tecnologie e di nuovi competitor. I tranquilli monopoli e duopoli su cui si basava la reputazione del servizio pubblico sono ormai un lontano ricordo. E con l'arrivo di una nuova epoca di austerità, talvolta politici e competitor guardano le emittenti radiotelevisive pubbliche con occhi bramosi. Sì, oggi i tempi sono decisamente cambiati. Noi che crediamo nel servizio pubblico ci troviamo di fronte a un bivio e possiamo scegliere quale strada intraprendere: rinascita o ritirata? Crederemo, come hanno fatto i creatori del Prix Italia, nelle grandi idee e impareremo ad affrontare una situazione economica diversa? O siamo pronti a veder vanificate le conquiste del passato? È di questo che vorrei parlare oggi.

### **I principi fondatori e lo sviluppo delle emittenti radiotelevisive pubbliche**

Ai nostri tempi, siamo soliti abbandonare le cose che riteniamo fuori moda, sostenendo che oggi non le avremmo più inventate. Ho sentito parlare del canone, con il quale viene finanziata la BBC. Perché, in un mondo in cui si ha una tale scelta di media, c'è ancora bisogno di emittenti radiotelevisive pubbliche, finanziate con i canoni o con le tasse. Si presume che le emittenti radiotelevisive pubbliche siano un incidente della storia: reliquie di un'epoca passata, in cui le barriere per entrare nel settore erano tante e tali da non consentire al mercato di offrire tutto il necessario. Non so se sia vero, ma se qualcuno deve prendersi i meriti o, in base al vostro punto di vista, i demeriti, per la diffusione delle emittenti radiotelevisive pubbliche, la BBC è sicuramente uno di questi qualcuno. È stata senza dubbio un modello per le prime emittenti radiotelevisive, in Europa e non solo.

Vorrei potervi dire che è stato il padre fondatore della BBC, Lord Reith, ad aver coniato la frase che ha contribuito a definire lo scopo delle emittenti radiotelevisive pubbliche, ma quest'onore va invece al pioniere radiofonico americano David Sarnoff. Nel giugno 1922, prima della creazione della BBC, scrisse:

"Lo scopo delle trasmissioni è quello d'intrattenere, informare ed educare la nazione: dovrebbero quindi essere considerate un servizio pubblico".

Da quel momento, nessuno ha mai espresso meglio questo concetto.

La radio, negli Stati Uniti, si è sviluppata essenzialmente attraverso aziende private. La BBC e il resto del mondo avrebbero probabilmente seguito le stesse sorti, se il Governo britannico non avesse posto un divieto alle pubblicità, nel momento in cui il precursore della BBC, l'azienda privata British Broadcasting Company, aveva lanciato la prima rete radiofonica nazionale al mondo, nel 1922. Alla nuova società fu invece concessa una licenza per la radiodiffusione. Il motivo che fu addotto era che la pubblicità avrebbe, si pensava, "abbassato gli standard". Si trattava di alto idealismo? O forse della paura dei potenti baroni della Stampa, le cui fortune si basavano in larga parte sulla pubblicità? Sicuramente, il settore dei quotidiani era diffidente rispetto al nuovo attore ed è arrivato addirittura a strappare un accordo al Governo, che vietasse la diffusione di notiziari alla radio prima delle sette di sera.

Ma questa situazione non durò a lungo. Nel Regno Unito, la radio ha colto una grande opportunità durante lo Sciopero Generale britannico del 1926, quando fu interrotta la pubblicazione dei quotidiani e fu quindi sospeso il divieto. In una nazione divisa da uno scontro senza precedenti nel settore industriale, il pubblico è rimasto subito colpito dai notiziari radio, che presentavano sia i punti di vista del Governo che quelli degli scioperanti. Forse ai politici e ai quotidiani non piacquero, ma piacquero al pubblico. Prima della fine dell'anno, il Governo aveva accettato che un nuovo ente, indipendente sia dal governo che dagli affari, si occupasse di radiotrasmissioni. Quindi, la BBC è nata a Capodanno del 1927 come monopolio indipendente, creata e tutelata da un Regio decreto.

Il nuovo direttore generale, John Reith, era piuttosto entusiasta del monopolio, che secondo lui era uno dei quattro principi fondamentali delle trasmissioni: gli altri erano il servizio pubblico, il senso di obbligo morale e la sicurezza dei finanziamenti.

Si sbagliava sul monopolio, ma aveva ragione su tutto il resto. Per oltre 80 anni, la sicurezza dei finanziamenti ha contribuito a tutelare l'indipendenza della BBC, in un ambito pubblico che va oltre il controllo dello Stato. È inoltre impressionante la sua coerenza rispetto alla mission di servizio pubblico: informare, educare e intrattenere. Oggi, a fronte del Regio decreto della BBC, si segue ancora la linea dell'americano Sarnoff.

Varie emittenti radiotelevisive pubbliche, più o meno sulla linea della BBC, sono poi state create e si sono sviluppate in gran parte dell'Europa e non solo, sia prima che dopo la Seconda Guerra Mondiale. Facendo dapprima una radio e dopo una televisione di alta qualità, fruibile da tutti a un costo limitato, hanno cambiato radicalmente e arricchito le nostre vite.

E, per quanto importante sia questo aspetto, non si tratta solo di fornire notizie indipendenti e imparziali, ma la posta in gioco è molto più alta. Non è un'esagerazione sostenere che, nella seconda metà del XX secolo, le emittenti radiotelevisive pubbliche hanno efficacemente democratizzato l'arte, la cultura e l'istruzione, mettendo a disposizione di tutti ciò che in passato era stato appannaggio dei ricchi, degli abitanti delle città e degli eruditi.

Basta confrontare la qualità e la varietà dei programmi nelle zone in cui ha dominato il modello delle emittenti radiotelevisive pubbliche e quella delle aree in cui così non è stato, per vedere la differenza che ha fatto l'ethos del servizio pubblico. Qui in Italia, la RAI è stata un baluardo contro gli eccessi di coloro che vedono il pubblico semplicemente come un mezzo per arricchirsi. Sta qui la differenza: offrire ai telespettatori grandi programmi, come Il commissario Montalbano, che ci piace così tanto nel Regno Unito e le televisioni del minimo comune denominatore. La medesima distinzione può essere fatta quasi ovunque.

Guardate i successi dell'Unione Europea di Radiodiffusione nei vari anni: condivisione di notizie, sport e musica fra emittenti radiotelevisive pubbliche di tutto il continente e non solo. Chi altro potrebbe offrirvi dei posti in prima fila al Metropolitan Opera di New York, al Concerto di Capodanno di Vienna e all'Ultima notte dei BBC Proms a Londra, facendovi restare a casa vostra? Che siate ricchi o poveri, potete godervi tutti questi eventi, perché le emittenti radiotelevisive pubbliche che fanno parte dell'UER credono in un ideale, investono nel meglio e condividono il più possibile i loro servizi gratuiti.

C'è molto altro che potrei dire, perché il fatto di mettere in primo piano il pubblico ci ha fatto ottenere tanto: uno stimolo alle lingue minoritarie e alle programmazioni minoritarie, il ruolo fondamentale svolto nell'ampliamento della democrazia ai Balcani e all'Europa centrale e orientale, il supporto alla scolarizzazione. Tutto ciò è stato possibile grazie alla certezza dei finanziamenti e al senso di dovere pubblico.

Non dobbiamo neanche dimenticare il contributo offerto dalle emittenti radiotelevisive pubbliche al pubblico all'estero. Ormai da molti anni, la BBC World Service e i servizi esteri di altre emittenti radiotelevisive nazionali hanno rappresentato un'ancora di salvezza per le comunità di tutto il mondo, nei loro giorni peggiori. Non dovremmo sottovalutare il valore di tale contributo ai nostri concittadini, ovunque essi si trovino.

Chiaramente, possiamo essere orgogliosi di ciò che le emittenti radiotelevisive pubbliche hanno ottenuto in passato, ma non possiamo adagiarci sugli allori. Il mondo va avanti, le vecchie certezze sono scomparse. Le nuove tecnologie presentano sia minacce che opportunità. I nuovi competitor sono più grandi, più ricchi e spesso più veloci di noi. I politici hanno ridotto il loro supporto rispetto a prima. Il clima economico è freddo e non tutto il bagaglio che ci portiamo dal nostro illustre passato è così nobile come suggerirebbe la nostra mission: ci sono diversi demoni in entrambi i casi. Iniziamo con le sfide esterne.

## **Il panorama odierno**

Come ogni altra istituzione, le emittenti radiotelevisive nazionali sono oggetto di molte critiche da parte del pubblico. Alcune di esse sono ingiuste, altre sono prettamente commerciali. Si tratta sicuramente di una comune causa di lamento fra gli autori dei programmi. Ma non dimentichiamoci che molta dell'attenzione che attiriamo rispecchia semplicemente il ruolo centrale svolto dalle emittenti radiotelevisive nella vita pubblica e familiare. Come sosteneva il commediografo irlandese Oscar Wilde, l'unica cosa peggiore del fatto che parlino di te è che non ne parlino affatto. Se le emittenti radiotelevisive, come penso che dovrebbero, vogliono essere avventurose e dare gusto, le critiche sono inevitabili e inestimabili allo stesso tempo.

Alcune critiche dovrebbero essere prese molto sul serio. Il fatto che siamo pagati dal pubblico dovrebbe renderci sensibili al modo in cui spendiamo questi soldi. Lo sperpero, l'autoindulgenza e gli sprechi sono ingiustificabili, sia per le emittenti radiotelevisive pubbliche che in tutto il settore pubblico. Forse per noi è ancora peggio, dato che spesso siamo noi quelli che chiedono il conto agli altri. La franchezza e la trasparenza sono i metodi migliori per una gestione responsabile; i giornali, che spesso evidenziano i nostri difetti, ci fanno soltanto un favore, per quanto duri possano essere i titoli. Sarebbe comunque bello che un maggior numero di essi riconoscesse che non tutto va male.

## **Cambiamento tecnologico**

Sospetto che niente tenga svegli la notte le diligenti emittenti radiotelevisive pubbliche quanto l'avanzata del cambiamento digitale e la sua capacità di sovvertire il mercato dei media e di attrarre i consumatori in modi nuovi e imprevedibili. Se guardiamo indietro, dieci anni fa la BBC era un grande attore, sia a livello nazionale che internazionale, con un reddito globale di circa quattro miliardi di sterline. Anche Sky e Apple avevano all'incirca lo stesso fatturato. Google era al di sotto del miliardo e YouTube non era ancora stato inventato. In meno di 10

anni, sono riusciti a minimizzare la BBC sia da un punto di vista delle dimensioni che del reddito, mentre quest'anno BT, un gigante multinazionale delle telecomunicazioni, quattro volte più grande della BBC, è entrato sul mercato televisivo del Regno Unito, assicurandosi un pacchetto di diritti per la trasmissione del calcio della Premier League inglese. Non solo queste new entry sono grandi, ma sono anche ricche, innovative e veloci sul mercato. Ai consumatori piacciono i loro prodotti e servizi. Questo è il nuovo panorama in cui le emittenti radiotelevisive pubbliche devono trovare il proprio posto, un panorama in cui le vecchie barriere all'ingresso sul mercato, che hanno a lungo protetto le emittenti radiotelevisive tradizionali, stanno rapidamente scomparendo. E non si tratta dell'unica sfida.

## **Austerità e indipendenza**

Nel 2010, "austerità" è stata la parola dell'anno del dizionario Webster: è infatti risultato il termine più ricercato on-line. Per molte emittenti radiotelevisive pubbliche è probabilmente stata la parola dell'anno anche per tutti gli anni successivi. Con l'esplosione della concorrenza che ho descritto prima, le entrate delle emittenti radiotelevisive pubbliche si sono ridotte, talvolta drasticamente, sull'onda della crisi del debito sovrano e delle banche.

Anche le emittenti radiotelevisive pubbliche che si finanziano interamente o in parte con la pubblicità sono state toccate, a causa della recessione della pubblicità, un problema dovuto alla migrazione degli investimenti pubblicitari su Internet. Quelle che si basavano sul supporto della tassazione diretta, si sono trovate alla mercé delle sostanziali riduzioni della spesa pubblica.

Chiaramente, è giusto che le emittenti radiotelevisive pubbliche condividano il dolore di coloro che servono, quando si tratta di affrontare le sfide finanziarie che ci troviamo davanti. Contiamo sul supporto e l'affetto del pubblico, ma non li manterremo se ignoriamo ciò che sta succedendo nella società. Detto questo, sta ai Governi agire in modo assennato. In alcuni casi lo hanno fatto, per esempio offrendo dei fondi provenienti dalle tasse, quando non fosse possibile finanziarsi con la pubblicità.

Ma non sempre esiste un supporto: per esempio, la decisione del governo greco, l'11 giugno dell'anno scorso, di chiudere e oscurare l'emittente radiotelevisiva ERT è stata drastica. A prescindere da ciò che il governo greco possa aver pensato del rendimento editoriale o manageriale di ERT, a molti di noi è sembrato sconveniente dare un termine, in un unico giorno, a oltre settant'anni di trasmissioni radiotelevisive pubbliche, con la semplice firma di un politico.

È stato comunque rincuorante vedere il supporto dei greci nei confronti della loro emittente radiotelevisiva nazionale e ritengo che il supporto continuo alle emittenti radiotelevisive pubbliche alla fine vincerà.

L'indipendenza dallo Stato è al centro della proposta di servizio pubblico e dobbiamo custodirla gelosamente. Dovrebbero farlo anche i politici, se sono seri quando parlano di libertà e democrazia. Dovrebbero pensare due volte al messaggio che inviano agli elettori, prima d'immischiarsi negli affari di coloro che servono i cittadini, in quella parte del settore pubblico che va oltre lo Stato. Ma se vogliamo che il pubblico ritenga che gestiamo i nostri affari senza interferenze, dobbiamo essere pronti a lavare i nostri panni in pubblico. Ed ecco che arriviamo al punto: quel bagaglio passato di cui dobbiamo parlare.

## **Sfide interne**

A mio avviso, la sicurezza dei finanziamenti, che hanno fornito alle emittenti radiotelevisive pubbliche grande forza e fiducia per lungo tempo, hanno anche instillato una certa debolezza. La garanzia del reddito, unita alla prosperità economica e alla rapida espansione dapprima della radio, poi della televisione e più recentemente di Internet, hanno creato un'élite in questo settore. Questa élite godeva, e in alcuni casi gode ancora, di un lavoro

sicuro, retribuzioni elevate e pensioni generose. Comprensibilmente, si metteva l'enfasi più sulla creatività che sulla responsabilità e, forse inevitabilmente, vi era un certo grado di compiacenza sulla gestione del denaro pubblico. Mano nella mano con la prosperità è arrivata la complessità e l'over management. Allo stesso tempo, grazie alla nostra preziosissima indipendenza, non eravamo abituati al controllo esterno.

Non voglio puntare il dito sugli altri. Abbiamo un'esperienza più che sufficiente a casa nostra. Quando sono arrivato alla BBC, poco più di due anni fa, ho trovato un'emittente radiotelevisiva dall'eccezionale successo, in cui lavoravano persone piene di talento e innovative. Ho anche trovato troppi capi, che lavoravano duro ma che erano pagati troppo e che gestivano processi e rapporti di una complessità labirintica e spesso non necessaria. Il continuo e ammirevole incremento della trasparenza nella vita pubblica del Regno Unito, sulla base della legislazione relativa alla libertà d'informazione, stava eliminando tutti questi aspetti. Alla BBC venivano poste domande sulle retribuzioni, sui benefit e sul denaro pubblico... l'emittente trovava scomodo rispondere a queste domande.

Chi paga il canone non si aspetta che la BBC paghi premi commerciali elevatissimi alle persone che lavorano per un servizio pubblico. Si aspettano che la BBC offra programmi e servizi della più alta qualità. Per farlo, ha bisogno di persone eccellenti, che ha già. La sfida è bilanciare queste richieste nel modo giusto.

Per spezzare una lancia a suo favore, la BBC ha capito e ha agito di conseguenza. Le retribuzioni dei dirigenti stanno diminuendo. I premi del direttore generale sono stati tagliati di circa il 50%. Le pensioni sono state riformate. La sanità privata è stata eliminata. Ma c'è ancora molta strada da fare. Ci sono ancora troppi manager senior, circa il 2,5% della forza lavoro, in base agli ultimi dati. Vorrei che questo dato scendesse a un più adeguato 1%, al massimo entro il 2015, per ottenere un gruppo più ridotto di persone che siano più chiaramente responsabili del modo in cui viene speso il canone. È stato, e continuerà a essere, un processo difficile, ma è necessario se vogliamo garantirci la fiducia del pubblico. Altre emittenti radiotelevisive pubbliche stanno facendo la stessa cosa e so che per alcune le riduzioni sono state più drastiche.

Più in generale, penso che siamo stati troppo lenti ad abbracciare la franchezza e l'onestà, necessarie tanto più quando le cose vanno male. Sono fiducioso che i telespettatori e i radioascoltatori capiscano che le emittenti radiotelevisive non possono fare il proprio lavoro senza commettere occasionalmente errori editoriali o finanziari. Ma si aspettano che i responsabili lo ammettano e che forniscano le spiegazioni del caso. La BBC non è l'unica ad aver fatto passi falsi, sia da un punto di vista finanziario che editoriale negli ultimi anni, non riuscendo a fornire un resoconto rapido e preciso di ciò che è effettivamente accaduto. Nel nostro caso, abbiamo speso molti soldi per migliorare. Delle brave persone hanno perso il posto di lavoro a causa di questa situazione e la fiducia del pubblico nel nostro giornalismo e nella nostra gestione era diminuita. È una lezione che BBC ha imparato a caro prezzo. È stata un'esperienza penosa e non è ancora finita.

Su questa nota piuttosto negativa, fatemi fare una pausa, per guardare il futuro.

## **Rinascita o ritirata?**

Mi fermo deliberatamente qui, perché sebbene io abbia appena dipinto un quadro piuttosto negativo su alcune delle recenti esperienze della BBC, da questo abbiamo tratto una lezione positiva, che contribuisce a scegliere la strada da percorrere in futuro. Il fatto è che, malgrado un anno di passi falsi da un punto di vista editoriale e finanziario, di cui ho ampiamente parlato, e si tratta di errori seri, che meritavano una pubblicità negativa, la BBC è rimasta e rimane una delle più rispettate e ammirate istituzioni britanniche. La BBC resta il più fidato fornitore di notizie nel Regno Unito. Nei sondaggi, quasi il 60% del pubblico indica che la BBC è una delle fonti di cui ha più fiducia, con un netto distacco rispetto al più vicino competitor ITV, compagnia televisiva finanziata con la pubblicità, che ha ottenuto un 14%. Nessun quotidiano nazionale ha ottenuto oltre il 2% quando alle persone è stato chiesto di indicare una fonte di notizie di cui avessero più fiducia.

Credo che, in una simile situazione, varrebbe la stessa cosa, in maniera più o meno ampia, per molte altre emittenti radiotelevisive pubbliche nazionali. C'è un legame unico fra il cittadino e l'emittente radiotelevisiva, che ha il solo scopo di servire il cittadino, senza farsi influenzare da interessi politici o commerciali. È un legame forte e, a mio avviso, è il nostro più grande e prezioso punto di forza. Potrebbe anche essere la base per un nuovo futuro.

Ma prima di arrivarci, vi ho promesso, all'inizio e nel titolo di questo discorso, che avrei considerato l'opzione ritirata o rinascita. La verità è che la ritirata non fa proprio parte della mia natura e oserei dire che non fa parte nemmeno della vostra, altrimenti non sareste qui. Ma possiamo dedicare un momento a valutare l'opzione di non fare niente, solo se serve a prepararci a una sfida maggiore.

Innanzitutto, bisogna essere chiari, non si può tornare indietro a una presunta età d'oro delle emittenti radiotelevisive pubbliche. La tecnologia digitale lo esclude. Le barriere all'ingresso sul mercato sono cadute per sempre. Oggi, tutti possono far parte del gioco. Inoltre, non ho mai incontrato nessuno che volesse lasciare Internet per tornare alla radio e alla televisione di vent'anni fa. Quindi la situazione è chiara.

Le emittenti radiotelevisive pubbliche che continuano ad andare avanti senza fare niente, basandosi sui successi passati per giustificare il diritto alla loro esistenza, si dovranno aspettare un duro colpo. Possono godersi una breve esistenza in un paradiso di folli ma, alla fine e inevitabilmente, le attende un declino, man mano che il pubblico e i finanziamenti spariranno. È concepibile che qualcuno voglia ritirarsi in uno stretto mercato finanziato dallo stato, ma si tratta di un modello votato al fallimento. Si tratta di una proposta decisamente poco attrattiva e non sono sicuro che il pubblico lo vedrebbe come un servizio pubblico.

No, seriamente, le emittenti radiotelevisive pubbliche nazionali in futuro devono rinascere, reinventarsi per il XXI secolo, trovare il modo di sopperire ai vincoli dei finanziamenti, sfruttando allo stesso tempo al massimo le nuove tecnologie e imparando a competere con i nuovi attori sul mercato. Penso che sia possibile, ma non è affare da pusillanimità. Le emittenti radiotelevisive dovranno essere fiduciose e chiare sul loro scopo, attenendosi strettamente agli ideali della loro mission di servizio pubblico, perché, alla fine, si tratta di ideali.

Ricordatevi innanzitutto e soprattutto che le nuove tecnologie, i nuovi competitor e la limitatezza dei finanziamenti non cambiano gli aspetti fondamentali. I valori delle emittenti radiotelevisive pubbliche sono, e dovrebbero rimanere, gli stessi di sempre. I benefici che ci offrono come cittadini restano gli stessi. E le aspettative del pubblico delle emittenti radiotelevisive pubbliche rimangono alte, come sempre.

Ho sostenuto che, nel Regno Unito, la BBC è e deve rimanere una parte fondamentale di ciò che chiamo umanesimo civico. Lo stesso vale, in generale, per i media pubblici. Per umanesimo civico, un concetto che affonda le proprie radici nel primo Rinascimento italiano, intendo il nostro senso di cittadinanza condivisa, a prescindere dalla diversità del nostro background. Una cittadinanza basata su una serie comune di valori, una comunicazione comune e un'accettazione della responsabilità reciproca, per il benessere singolo e collettivo.

I media pubblici svolgono un ruolo essenziale da questo punto di vista, fornendo uno spazio pubblico per il dibattito e la creatività, facilitando l'impegno pubblico verso la democrazia, consentendo ai cittadini di verificare l'attendibilità delle informazioni che ricevono dalle autorità. E, al di là della politica, unendo diverse persone e diverse comunità in qualunque altro modo.

Le emittenti radiotelevisive pubbliche possono fare tutto questo, perché hanno la possibilità di essere diverse. Grazie alle loro dimensioni, alla loro sicurezza e alla loro indipendenza, hanno la libertà di sperimentare, di essere creative e di correre dei rischi. Per sorprendere, talvolta per scioccare e, occasionalmente, per offendere. Ci vuole coraggio, ma finché manterranno la loro impudenza, il pubblico le ringrazierà per questo e le premierà con la propria fedeltà.

Anche l'utilizzo delle nuove tecnologie richiederà fiducia. Non dovremmo vederle come una minaccia, ma come dei vantaggi. Prima ho sostenuto che, nel XX secolo, i media pubblici hanno democratizzato il mondo dell'arte,

della cultura e delle idee, rendendoli fruibili a tutti. In questo secolo dovremo andare oltre e democratizzare i mezzi di fruizione. Ciò comporterà un cambiamento fondamentale nell'atteggiamento delle emittenti radiotelevisive, che devono abbandonare l'idea di essere le uniche a commissionare e controllare ciò che va in onda. Come il pubblico ha avuto fiducia in noi negli ultimi ottant'anni e più, ora noi dobbiamo imparare ad aver fiducia in coloro che ci pagano e dare loro maggiore importanza in ciò che facciamo. Questo sta già accadendo all'interno della BBC. Nella prima fase abbiamo dato sempre maggiore enfasi alle partnership, nell'ambito delle quali condividiamo con altri sia lo sforzo creativo che i risultati. Consentitemi di fare alcuni esempi.

Nel 2010, dopo quattro anni di sviluppo con il British Museum, abbiamo lanciato una serie radiofonica nazionale, nella quale il direttore del museo, Neil MacGregor, utilizzava oggetti d'arte, armi, oggetti dell'industria e della tecnologia antica, presenti all'interno della collezione del museo, per spiegare la storia della nostra civiltà. Ogni programma durava 15 minuti ed era dedicato a un unico oggetto. Lo abbiamo chiamato "La storia del mondo in 100 oggetti" e gli abbiamo dedicato un sito Web, che non solo offriva le immagini di ciascun oggetto, ma consentiva al pubblico di caricare immagini e descrizioni di oggetti storici delle proprie città e di altri musei.

Sulla base della serie è stato pubblicato un libro, che è diventato un best-seller e che è stato tradotto in oltre dodici lingue; deve ancora essere tradotto in altre lingue. Sono lieto d'informarvi che fra queste lingue c'è l'italiano; potrete quindi chiedere al vostro libraio o a un fornitore on-line "La Storia del Mondo in Cento Oggetti".

La serie radiofonica ha avuto un enorme successo, con circa 3 milioni di radioascoltatori e quasi 35 milioni di download dei programmi. Ma, forse più importante, è stato riconoscere che il successo era dovuto alla partnership. Né la BBC, né il museo sarebbero stati in grado, da soli, di offrire questo programma o di avere lo stesso impatto culturale. E non è sempre filato tutto liscio. Le emittenti radiotelevisive e gli accademici non vanno sempre d'accordo. Entrambi hanno dei punti di vista precisi. A entrambi piace avere il controllo artistico. Ma il premio è valso la fatica e questo approccio è stato ampiamente imitato.

Ancora più ambiziosa è una partnership in corso con l'Arts Council England, oltre a un progetto on-line, che chiamiamo The Space.

The Space è iniziato come un'impresa congiunta, volta a fornire un accesso diretto, libero e on demand, al lavoro di artisti e corporazioni d'arte durante quella che è stata, per noi, la straordinaria estate olimpica del 2012. Lo scopo era quello di consentire ai visitatori del sito di godersi alcuni degli eventi della più vasta Olimpiade culturale.

La BBC e l'Arts Council volevano cambiare il modo in cui le persone si avvicinano alle arti e le sperimentano, dando agli artisti lo spazio d'innovare e di sperimentare; in particolare, volevamo digitalizzare l'arte e il settore culturale, usando lo staff della BBC come mentore. Tale è stato il successo della partnership che è stata estesa anche a quest'anno; vengono inoltre messi da parte dei fondi per poter continuare a offrire questo servizio gratuito di arte digitale.

Questi sono alcuni dei nostri primi tentativi di rinascita, che avranno Internet al loro centro, un mondo veloce, immediato, personalizzato, interattivo e sociale. Sia Internet che le emittenti radiotelevisive pubbliche fanno parte del settore pubblico. Entrambi sono fondamentalmente democratici. Unendo la creatività degli autori del nostro programma e gli elementi sociali e personali di Internet possiamo creare qualcosa di eccezionale.

Le emittenti radiotelevisive pubbliche hanno anche il dovere di fare in modo che Internet rimanga un territorio aperto e democratico. Esiste la tentazione di cercare di controllare il flusso d'informazioni fra produttore e consumatore, ma vi è un rischio annesso di ridurre la diversità di opinioni e di contenuti. Nell'ambito del settore pubblico, è essenziale che le emittenti radiotelevisive pubbliche rimangano una parte dell'Internet aperto a tutti.

Come supervisore di una delle emittenti radiotelevisive pubbliche maggiormente finanziate, faccio fatica a dire agli altri di essere più ottimisti sulle loro entrate. Dopotutto, come ha sostenuto John Reith molti anni fa, un

finanziamento adeguato e sicuro è fondamentale in ciò che facciamo. Ma la necessità di un determinato budget non dovrebbe portarci a seppellire la nostra morale. Né dovrebbe farlo la sensazione che in futuro i tempi saranno ancora più austeri. Un finanziamento adeguato e sicuro è probabilmente più auspicabile di un reddito generoso ma incerto. Sicuramente il pubblico, che in un modo o nell'altro paga il conto, ci rispetterà maggiormente se chiederemo solo ciò che è strettamente necessario.

Per quanto sconveniente possa sembrare, la limitatezza dei finanziamenti porta creatività e innovazione. Ci costringe a fare scelte difficili, che ci obbligano a mantenere solo il meglio di ciò che facciamo. Dato che la necessità è madre dell'inventiva, porta anche nuove idee, per lavorare in modo più efficiente. Un buon esempio è il servizio di musica classica notturno dell'UER, Euroclassic Notturmo: una sequenza automatica di sei ore di musica classica, presa dal materiale fornito dai membri dell'unione e riprodotto tramite satellite, che può essere utilizzata nei programmi notturni di musica classica. I costi e i programmi sono condivisi dai partecipanti, dal Bosforo al Baltico, diventando quindi abbordabili.

Per quanto riguarda i politici e l'indipendenza, anche qui sono ottimista per il futuro. Sì, esiste un palco privilegiato. Sì, talvolta c'è troppa interferenza. Sì, dobbiamo rifiutare quando le interferenze sono eccessive. Ma, in generale, credo che i politici seri e i poteri decisionali riconoscano il valore dei media pubblici e riconoscano il loro dovere di tutelare e curare tale valore. L'ex commissario europeo per la concorrenza, Neelie Kroes, l'ha spiegato piuttosto bene. "I media", ha detto, "non sono solo delle attività da svariati miliardi di euro. Sono anche il cuore della democrazia e della diversità culturale". Non potrei essere più d'accordo.

## Conclusione

Spero che, in ciò che ho detto, sia stato chiaro che credo che le emittenti radiotelesive pubbliche debbano avere degli ideali. È inevitabile, in quanto si basano interamente sul rispetto e l'affetto fra le emittenti radiotelesive e il pubblico. Finché il pubblico avrà un forte legame con le emittenti radiotelesive pubbliche, il fallimento di mercato non sarà l'unico fattore su cui basare la decisione relativa alla loro esistenza. Per mantenere questo legame dobbiamo continuare a guadagnare rispetto. Ciò significa scrupolosa attenzione alla franchezza, alla trasparenza e a una spesa intelligente. È necessario un giornalismo intrepido, programmi diversi e il coraggio di sostenere grandi idee.

Non posso immaginare che per la Rai fosse facile nel 1948, fra le rovine dell'Europa postbellica, impegnare gli scarsi fondi a disposizione per lanciare un concorso internazionale per le emittenti radiotelesive. Ma l'ha fatto. Un'unica, forte voce, tesa a supportare e a unire i più alti standard della programmazione artistica e culturale radiotelesiva. Per 65 anni, il Prix Italia è stato il regalo della Rai al mondo. È questo il pensiero audace che è necessario e le emittenti radiotelesive pubbliche dovrebbero chiedersi costantemente: Che cosa offriamo ai cittadini? Che cosa offriamo al mondo? Esistiamo solo per questo scopo.