

TELECOMANDI, DIALOGHI INTORNO ALLA TV DI DOMANI

## L'aggressività della comunicazione commerciale

■ Il momento che forse maggiormente offre il segno di quanto il dopo Berlusconi sia di là da venire, è il dialogo intorno alla tv di domani. Paolo Garimberti, presidente Rai, interpreta la parte di chi è consapevole che fra un anno scade il suo mandato e non è detto che sia confermato. Prova anche a dire che internet ha tolto potenza di fuoco d'indirizzo alla tv e che il servizio pubblico, adeguatamente sostenuto - anche per sfuggire alla pretesa del potente di turno di essere servizio di stato - può dedicarsi a quelle cose che la tv commerciale lascia perdere perché non fanno cassa. Marco Follini, già nel Consiglio Rai ai tempi in cui i partiti dominavano, sostiene che i politici è meglio che stiano lontani dalla televisione: se è vero che sposta voti, non

sapendola usare rischiano di portarli avversari.

Fedele Confalonieri, presidente Mediaset, parla da chi era in sella prima della discesa in campo di Berlusconi, durante la sua presenza in campo e lo sarà ancora nel caso lui - ma il dopo quando sarà? si permette di scherzare - si dedichi ad altro. La tv commerciale ha traiettorie chiare: fare cassa, fare divertire, dare notizie. Soprattutto deve stare nel sudore della gente, scarpinare per le strade. Cosa che, rimprovera, la politica per prima non fa più. È a Iseo non per un imprecisato dopo Berlusconi, ma per l'invito di Enrico Letta: magari «quando vincerete, potrai essere tu il presidente del consiglio». E l'impresa, da sempre, ha bisogno della politica.

