



VOCAZIONE SERVIZIO PUBBLICO

“Pallacorda” di idee e proposte per ripensare la RAI

Incontri tematici sulla RAI come Servizio Pubblico.

C'è una *bolla comunicativa* poco trasparente intorno alla RAI, che la penalizza ben al di là dei parametri oggettivi, enfatizzando invece tutti gli indicatori di una crisi del Servizio Pubblico. Per correggere questa retorica, anche troppo prevedibile, non c'è niente di meglio che ripartire dai dati, dai confronti storici, dalle comparazioni internazionali. Ne consegue che il primo e più limpido obiettivo dei Seminari proposti per approfondire la riflessione sul Servizio Pubblico è quello di ancorare le riflessioni variamente in corso intorno alla RAI alla forza dei dati e al recupero di un'osservazione scientifica che non presti il fianco all'accusa di accademismo.

Bisogna allargare lo sguardo a tutte le dimensioni del Servizio Pubblico, a partire dalle criticità più evidenti; tra queste, come Università, non possiamo non segnalare la più urgente e vistosa: la rottura del patto comunicativo con i giovani, certo non spiegabile esclusivamente con il carisma e la forza attrattiva delle nuove piattaforme digitali. Questa vertenza, come le altre che verranno affrontate, non potrà prescindere dalla discussione sui contenuti: alla RAI in quanto principale industria culturale del paese spetta il compito di investire nella produzione originale e incoraggiare l'innovazione di linguaggi e di formati, interloquendo continuamente con i suoi principali azionisti: i propri pubblici. La funzione di sostegno della creatività e di certificazione di un vero e proprio “Made in Italy” dell'audiovisivo non può e non deve spettare alle tv commerciali o al mercato, che pure si sono accreditati in vari settori. Questo è un terreno di recupero e nuova sfida del Servizio Pubblico, che deve più chiaramente testimoniare la propria identità, a partire dal rilancio della creatività, della sperimentazione e della produzione culturale. In un paese come il nostro, è questo il percorso per render conto agli italiani delle risorse investite da Stato e cittadini, facendo limpidamente apparire che l'invenzione comunicativa rappresenta una novità e una restituzione dell'investimento. In tempi di crisi del lavoro e di scarsa innovazione di programma e di prodotto, l'esempio di coraggio e di nuova imprenditorialità culturale può funzionare da punto di svolta anche nella rappresentazione pubblica.

Ecco perché, in continuità con una tradizione di osservazione scientifiche sulla tv italiana, prima nella Facoltà di Scienze della Comunicazione e poi nel Dipartimento CoRis, saranno organizzati nella Sede universitaria di Via Salaria alcuni seminari di approfondimento sulle ragioni di crisi e sugli indicatori di sviluppo del Servizio Pubblico, anche nella prospettiva della Strategia 2016.



L'obiettivo è quello di offrire ad una politica, attenta ad accompagnare le riforme con *una riflessione pubblica e condivisa*, elementi ulteriori di conoscenza e di confronto in grado di sottrarre le scelte di cambiamento alle passioni del momento e di renderle dunque più capaci di durare nel tempo.

E a proposito di tempo, il riferimento alla Pallacorda, oltre alla citazione preziosa, rappresenta un'ispirazione politico culturale studiata: infatti, per impedire l'affermazione del principio della rappresentanza democratica, Luigi XVI revoca la concessione di un'aula con la scusa dei lavori in corso e il Terzo Stato, per tutta risposta, sceglie una sala adibita al gioco della Pallacorda. Si tratta del secondo caso storicamente documentato che ha dato origine alla metafora dell'autoconvocazione.

Mapa provvisoria dei temi degli incontri¹

1. **Dalle criticità alle proposte.**
Verso una ridefinizione delle priorità per un nuovo Servizio Pubblico
2. **Il Servizio Pubblico come innovazione**
Contenuti e linguaggi per la tv multiplatforma: creatività giovanile, produzione culturale, sperimentazione
3. **Quali risorse per il Servizio Pubblico**
Canone, pubblicità, ascolti e monitoraggio social tv
4. **Giornalismo e informazione televisiva**
Un patrimonio identitario del Servizio Pubblico
5. **La RAI come media company pubblica**
Verso una nuova architettura di sistema

Format

- 2-4 interventi programmati di 10'
- 1-2 giornalisti quali moderatori
- Interventi e dibattito
- Linee di post-produzione, anche tag cloud
- Coinvolgimento progressivo di università e istituti di ricerca
- Videoregistrazioni e, per alcune puntate, diretta streaming
- *Quelli che mancano*: vox populi sulle opinioni di giovani e studenti

Per informazioni Prof.ssa Mihaela Gavrilă
mihaela.gavrilă@uniroma1.it
ph. 347 8579148
tel. 06 49918448

¹ Titoli provvisori



Primo incontro

Lunedì 21 luglio 2014 – Ore 10.30
Aula Oriana, Via Salaria 113, Roma
Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale
Sapienza Università di Roma

**Dalle criticità alle proposte.
Verso una ridefinizione delle priorità per un nuovo Servizio Pubblico**

Saluti di apertura

Rettore o Prorettore Vicario Sapienza

Interventi introduttivi

Mario Morcellini (Direttore CoRis)
Augusto Preta (IT Media Consulting)
Fabio Bassan (Docente di Diritto Unione Europea, Terza Università di Roma)
Piero De Chiara (Esperto telecomunicazioni e media)
Angelo Guglielmi (Intellettuale e dirigente televisivo)

Interventi e dibattito