



Comunicato

RAI: PIANO EDITORIALE DEL SERVIZIO PUBBLICO O ROTTA DI UNA NAVE VERSO LE SECHE?

Roma, 21 maggio 2013

Da sempre i lavoratori della Rai sono abituati a sentire critiche, suggerimenti ed enunciazioni sui programmi televisivi e radiofonici, su come dovrebbero essere fatti e quale linea editoriale la Rai dovrebbe tenere... ecc.

E' un po' la solita storia di come tutti diventano esperti allenatori della nazionale quando si giocano i mondiali di calcio.

Questa volta però la situazione è diversa, la Rai non naviga in buone acque (apprendiamo di 245 milioni circa di rosso nel bilancio) ed assistiamo ad un progressivo smantellamento di linee editoriali ben collaudate e costituite da gruppi di lavoro (lavoratori) che hanno impiegato molti anni per raggiungere quelle capacità produttive. L'ultimo in ordine di tempo è la disgregazione del gruppo collaudato che lavora a "La storia siamo noi", un brand che, così come era costituito, ha prodotto ottimi risultati per l'azienda. Per quale motivo va smantellato?

Potremmo inoltre citare altri esempi tra quelli più clamorosi quali "Miss Italia", che andava certamente rivisitata, ma il cui il format funziona ed esiste in tutto il mondo, o di quanto accadde a suo tempo con un programma informativo quale era anno zero, il cui gruppo di lavoro era in grado di cogliere le istanze più nuove e spesso più radicali, in questo momento fortemente presenti nella nostra società.

Perché privarsi di questi programmi? Perché privarsi dei volti storici, quali Minoli o come poteva essere Santoro o altri che opportunamente utilizzati sono in grado di penetrare efficacemente in tutti i rivoli del pubblico?

Non possiamo pensare di farlo solo con l'amarcord di "carosello" - che come è strutturato non è così performante nella raccolta pubblicitaria – ma con un approccio sistemico e per targets, e con una adeguata promozione che le professionalità "già presenti in Rai" sono abbondantemente in grado di fare.

Forse non sempre è così chiaro a chi ne ha la responsabilità che per prendere delle buone decisioni, è necessario confrontarsi con tutti gli stakeholders afferenti al sistema della comunicazione audiovisiva, e che le televisioni di servizio pubblico (la Rai, la BBC, la ZDF ecc...) hanno il compito e la funzione di entrare in empatia con la società per rappresentarla, raccontarla e far emergere il meglio delle istanze innovative, anche e soprattutto nei programmi di "entertainment".

A tutto ciò va applicato un modello industriale, che sia di eccellenza ed abbia un carattere centrale nella cultura (compresa quella popolare) e soprattutto determinante nella formazione della sfera dell'opinione pubblica, riconosciuta ormai ovunque nel mondo occidentale come bene collettivo. Insomma, la Rai Servizio pubblico può continuare ad esistere solo se ascolta e rappresenta tutti.

Per questi motivi e per la salvaguardia del nostro lavoro e delle nostre professionalità, siamo in attesa di conoscere e di confrontarci adeguatamente sul piano editoriale della Rai.

Coordinamento Nazionale Rai
Area Editoriale