

Presentazione interna a Viale Mazzini della ricerca 'Coesione sociale', promossa dall'Ufficio Studi: si attende una pubblica discussione, che aiuti ad evitare la deriva commerciale della Rai.

Questa mattina, a "circuito chiuso" - ovvero a... esclusiva "circolazione interna" - si è svolta a Viale Mazzini la presentazione online del primo risultato pubblico delle attività dell'**Ufficio Studi Rai**, istituito nel maggio del 2019 ed affidato all'ex Direttore del Tg1 **Andrea Montanari**: si tratta del volume "[Coesione sociale. La sfida del servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale](#)", edito da **Rai Libri** (struttura affidata ad **Angelo Teodoli**).

Ci si augura che questa iniziativa venga presto seguita da una *presentazione pubblica*, da un *dibattito plurale* che coinvolga la *società civile*, oltre che la *comunità professionale e scientifica*.

Tante volte, infatti, anche su queste colonne, abbiamo lamentato come commendevoli iniziative vengano spesso lasciate - anche da soggetti istituzionali importanti - in condizioni di... *semi-clandestinità*.

Inspiegabilmente. Oppure... *spiegabilmente*: ovvero, talvolta è meglio non disseminare nella collettività strumentazioni che possano mettere in dubbio le politiche pubbliche. Meno si sa, meglio è...

Abbiamo segnalato (anzi denunciato), per quanto riguarda **Rai**, il surreale destino che ha caratterizzato il "**Bilancio Sociale**" di Viale Mazzini: l'ultima edizione (relativa all'esercizio 2019) è stata pubblicata in sordina a fine giugno del 2020, e soltanto questa testata gli ha dedicato attenzione (anche perché l'ha scoperta tra le pieghe del sito web Rai): incredibile, ma vero (vedi "Key4biz" del 24 luglio 2020, "[Rai pubblica il bilancio sociale, ma solo per pochi](#)"). A distanza di qualche settimana, il Direttore della struttura preposta **Maurizio Rastrello** ha concesso una breve intervista all'Ansa ("[Bilancio sociale Rai, i cittadini promuovono il prodotto](#)", a cura di **Michele Cassano**): a parte questo segnale, silenzio totale. Ci auguriamo che l'imminente edizione 2020 del "Bilancio Sociale" Rai non subisca la stessa infelice sorte, perché, se così fosse, si vanificherebbe la funzione stessa dell'iniziativa.

E certamente ci auguriamo che questo "*low profile*" *comunicazionale* non riguardi la ricerca

promossa dall'**Ufficio Studi Rai**, anche se purtroppo i segnali finora emersi non confermano questo auspicio: il volume è stato infatti pubblicato il 12 gennaio e finora ha registrato una quasi inesistente ricaduta mediatica (se non un cenno in un articolo su "*Prima Comunicazione*" del dicembre 2020 a firma della condirettrice **Alessandra Ravetta**, una recensione di **Filippo Tantillo** su "*AgCult*" ed una di **Andrea Melodia** su "*Democrazia Futura*"), non essendo stata assicurata all'iniziativa alcuna promozione. Perché?!

E come commentare la assenza di una scheda dedicata al libro in questione, sul sito web di [Rai Libri](#) (la "nuova" casa editrice della Rai lanciata nel gennaio 2019, che ha ereditato il catalogo dello storico marchio **Rai Eri**)?! Meglio un... "no comment".

Un tomo indispensabile per chi si interessa di servizio pubblico

Si tratta in verità di un *tomo indispensabile* per tutti coloro che si interessano di "servizio pubblico", e non si inchinano di fronte alla **tirannia degli indici Auditel**: il "public media service" viene infatti saggiamente affrontato dal punto di vista della sua anima più importante, delicata, strategica, ovvero la sua *funzione sociale*, e - finalmente! - non di mercato.

Il progetto "**Coesione Sociale**" promosso dall'Ufficio Studi si inserisce nel contesto delle prescrizioni contenute nel "*Contratto di Servizio*" 2018 - 2022 ed è volto ad arricchire il "framework" teorico e la strumentazione tecnico-metodologica della Rai in tema di coesione sociale, con l'obiettivo di *ampliare la gamma di possibilità per effettuare il monitoraggio* previsto dallo stesso "Contratto di servizio" (e finora curato soltanto dalla Direzione Marketing).

La metodologia della ricerca è basata sulla identificazione del "*benchmarking*" internazionale e nazionale di "*mission*" e "*best practices*" adottate da "*public service media*" ed altri attori in relazione alla "coesione sociale".

Il concetto di "*coesione sociale*", insieme a quello di "*sviluppo sostenibile*", ha assunto nell'Unione Europea la valenza di ideale a cui tendere e attraverso cui orientare e valutare le scelte di "policy".

Per quanto riguarda il servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale, è evidente che la "mission" è incentrata sulla promozione della "*coesione del Paese*" (concetto recentemente evocato con particolare enfasi anche dallo stesso Presidente della Repubblica **Sergio Mattarella**), attraverso la capacità di parlare alle sue diverse componenti e di stimolare la partecipazione attiva e consapevole alla vita delle istituzioni nazionali, europee ed

internazionali.

Lo stretto legame tra “media di servizio pubblico” e “coesione sociale” risulta evidente da questo volume che, mettendo sotto esame obiettivi, norme e pratiche della Rai e dei principali “public service media” europei ed internazionali, individua una *griglia di analisi* per rendere il concetto operativo, aggiornabile nelle politiche aziendali e monitorabile.

Montanari (Ufficio Studi): “contrastare la delegittimazione del servizio pubblico”

*“Nel momento di massima messa in discussione degli intermediari tradizionali e del loro ruolo - sostiene il Direttore dell’Ufficio Studi **Andrea Montanari** - la delegittimazione del servizio pubblico va contrastata ribadendo l’urgenza della sua funzione e del mandato assegnatogli dallo Stato. E il nucleo di questa funzione è la rinnovata capacità di contribuire alla coesione sociale del Paese. Questo, da sempre, è il mandato della radiotelevisione pubblica: mettere a disposizione del pubblico il racconto della realtà, che non è sempre bella e facile da vedere, da comprendere. Porre agli utenti delle sfide, non guardando - solo - alla pancia da solleticare, ma anche ai bisogni da soddisfare: di conoscenza, di relazione, di svago”.*

La ricerca è stata coordinata da **Flavia Barca** (già Direttrice dell’Istituto per l’Economia dei Media - Iem della Fondazione Rosselli, nonché Assessore alla Cultura durante la Giunta che ha governato Roma con **Ignazio Marino** Sindaco), condotta in partnership con l’Istat - Istituto nazionale di statistica, con l’Università Luiss “Guido Carli” - Centre for Conflict and Participation Studies del Dipartimento di Scienze Politiche, e si è avvalsa della collaborazione di **Antonia Carparelli**, Consigliere per la Governance Economica della Rappresentanza in Italia della Commissione Europea.

Per l’Ufficio Studi, hanno collaborato anche i due Vice Direttori **Alessandra Paradisi** e **Paolo Morawski**.

Il capitolo 4 del libro il più stimolante: analisi comparativa internazionale

Il primo capitolo è dedicato al concetto di “coesione sociale”, ma in senso lato, non specificamente declinato nella dimensione mediale, e, su questo tema, c’è il sempre latente rischio di estendere eccessivamente il “perimetro” concettuale, ed altresì dicitasi per il

secondo capitolo, dedicato alla "Agenda 2030" dell'Onu: temiamo infatti che, alzando il tiro, si finisca per divenire molto generici ed evanescenti... Insomma, alte dichiarazioni di principio a fronte di indicatori sfuggenti: molta retorica, e *fuffologia* spinta.

Il terzo capitolo è dedicato al "contratto di servizio" tra Stato e Rai, ed in particolare alle attività Rai nel sociale, con particolare attenzione al "Bilancio Sociale" (vedi supra), anche se non ci sembra sia stato analizzato il ruolo della novella *Direzione Rai per il Sociale* affidata a **Giovanni Parapini** nell'agosto 2020, cui il libro dedica soltanto uno sfuggente cenno (forse perché in fase di gestazione alla chiusura del libro in tipografia), frutto del lavoro del "Tavolo Tecnico per il Sociale" avviato nell'aprile del 2020.

Il capitolo senza dubbio più interessante e ricco (assorbe peraltro una metà dell'intero tomo, che conta complessivamente 344 pagine) è quello dedicato alla "Coesione sociale e servizi pubblici europei", una corposa analisi comparativa internazionale curata da **Michele Sorice**.

Il *layout grafico* complessivo del libro, purtroppo, non brilla per evoluzione, anzi pecca di un'impostazione piuttosto tradizionale, con un lettering arcaico a corpo grosso, con poca infografica: insomma, non stimola granché la lettura! Peccato, perché crediamo che, soprattutto in opere specialistiche di questo tipo, il "packaging" estetico non sia meno importante della *qualità dei contenuti*.

Considerando che chi redige queste noterelle è... cultore della materia, e ideatore di un "Osservatorio sui Sistemi Televisivi Pubblici Europei" (che Rai ha commissionato all'**Istituto italiano per l'Industria Culturale - ISICULT** per un decennio, e di cui è stato pubblicato un estratto nel 2008, col volume "[L'occhio del pubblico](#)", edito da Rai Eri), che affronta tra l'altro le stesse tematiche del libro dell'Ufficio Studi, non vogliamo affrontare - in questa prima segnalazione giornalistica - *pregi e difetti*, meriti e demeriti dell'iniziativa dal punto di vista della qualità dell'opera e delle metodologie scientifiche adottate. Ci limitiamo a segnalare che molte attività di ricerca realizzate nel corso del tempo da Rai stessa su tematiche afferenti all'oggetto del libro sono state completamente ignorate (nemmeno un cenno nella bibliografia del tomo), per inspiegabili ragioni.

E non entreremo - non ora almeno - nel merito della definizione stessa di "coesione sociale" (nell'ambito culturologico e mediologico), sulla quale anche in Italia comincia ad esserci un po' di letteratura scientifica di approccio interdisciplinare e multidimensionale (ben oltre quel che può emergere da segmenti di ricerca del tanto decantato e costoso quanto inutile **Qualitel**).

È forse quella che misura in qualche modo l'**Osservatorio di Pavia** (Cares), con le ricerche affidategli dal Marketing Rai negli ultimi anni?!

È forse quella che misura lo **Studio Frasi** (diretto da **Francesco Siliato**) che utilizza lo strumento quantitativo di *Auditel*, ma con una originale chiave di lettura qualitativa di approccio sociologico?!

Aprire alla società civile la discussione sulla "coesione sociale"

La discussione - definitoria e metodologica - andrebbe quanto prima **aperta alla società civile**, oltre che alla comunità accademica e scientifica, ed alla comunità professionale (autori ed imprenditori dell'audiovisivo e dei media): potrebbe essere oggetto di uno stimolante seminario di approfondimento.

Un'osservazione... "ideologica" soltanto: l'approccio del libro dell'Ufficio Studi appare **molto autoreferenziale**, in alcuni passi quasi narcisistico (un po' come accade con il "*Bilancio Sociale*" Rai).

Si osserva insomma un qual certo deficit di... mordente, di capacità ovvero - meglio - di volontà critica, di autocoscienza approfondita.

Ma - come dire?! - d'altronde è difficile in Italia superare la frequente dinamica della domanda su "*come è il vino?*", attendendo dall'oste una risposta proprio sincera...

Il libro si pone senza dubbio come **lettura indispensabile** per chi crede nel servizio pubblico radiotelevisivo.

La messe di dati proposta è utile, ed anche le griglie interpretative sono preziose, per qualsiasi studioso di politiche culturali ed economie dei media.

Non resta quindi che attendere la discussione pubblica del libro "*Coesione Sociale. La sfida del servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale*", dopo quella odierna alla dirigenza apicale dell'azienda.

La lettura di "*Coesione Sociale*" potrebbe rivelarsi importante anche nell'economia delle (purtroppo ancora sonnolenti) proposte di legge di riforma della "governance" della Rai, che si spera il Parlamento vorrà prima o poi affrontare, anche perché quel che il **Servizio Studi di Camera e Senato** hanno prodotto - come dossier documentativi per deputati e senatori - è stato finora veramente assai modesto (poco più di un Bignami).

Apprezzabile iniziativa per contrastare la deriva mercatista della Rai

Quel che ci preme qui rimarcare è la positività dell'**iniziativa in sé**, che potrebbe essere indicativa di uno "u-turn" nella direzione strategica della Rai.

È assolutamente apprezzabile che la Rai abbia finalmente deciso di riavviare un percorso di *auto-analisi*, di *ricerca*, di *studio*, che era stato abbandonato da molti anni, dato che tutto il sistema cognitivo dell'azienda è stato sostanzialmente affidato alla Direzione Marketing (diretta dall'aprile 2019 da **Roberto Nepote**), il che ha determinato una inevitabile deriva.

Una **deriva "mercatista" dell'intero "sistema" Rai**, avviata un decennio fa.

Riteniamo infatti che non può essere il "marketing" il cuore del sistema informativo di Viale Mazzini: crediamo che la "cabina di regia" - ovvero il "think tank" strategico del Gruppo Rai - debba essere condivisa con la **Direzione Ufficio Studi** e con la **Direzione Rai per il Sociale**.

Questa "cabina di regia" (almeno a livello di elaborazione strategica) dovrebbe peraltro essere allocata presso il Consiglio di Amministrazione, perché, per quanto si voglia "un uomo solo al comando" (vedi alla voce "mini-riforma" Renzi della "governance" Rai), dovrebbe essere un *soggetto plurale* qual è il Cda a tracciare le *linee strategiche* della evoluzione del servizio pubblico mediale, nel mutato scenario digitale.

"CondiVisioni": collana editoriale che eredita la "Vqpt" e "Zone", dopo 10 anni di assenza totale della Rai nelle ricerche suoi media?

Curiosamente, non viene spiegato nel libro ma sulla copertina di "*Coesione Sociale*" campeggia anche un "**CondiVisioni**", che parrebbe essere il titolo di una novella collana editoriale, dato che Rai ha "killerato" da un decennio la pre-esistente "**Zone**", il cui ultimo volume ha visto la luce nel 2011.

Si serba peraltro bella memoria della storica collana editoriale della Rai "**Vqpt**" ("*Verifica Qualitativa Programmi Trasmessi*"), nata nel 1984 (il primo volume reca la firma del decano della mediologia italiana, **Mario Morcellini**), e della sua evoluzione, nel 2005, in "**Zone** - Collana di studi e ricerche sui media" (Rai Eri).

Negli anni Novanta, la responsabilità della collana "Vqpt" passò dalla Segreteria del Consiglio di Amministrazione alla Direzione Analisi, Studi e Ricerche di Mercato. Nel 1999, la collana confluì all'interno della struttura "Studi e ricerche di mercato" della Direzione

Marketing Strategico, Offerta e Palinsesti.

Dopo altri passaggi, nel 2004 fu inclusa nell'Ufficio Studi della sempre più potente e centrale **Direzione Marketing** (affidata a **Carlo Nardello**, attualmente Chief Strategy, Business Development & Transformation Officer di **Tim**): un "ufficio studi" che è stato però purtroppo progressivamente ridimensionato, fino a divenire una sorta di scatola vuota.

Nel corso degli anni, la collana "**Vqpt**" ha pubblicato ben 200 tomi, tra il 1978 ed il 2005. Alla direzione si sono avvicendati **Loredana Cornero**, **Bruno Somalvico**, **Giovanna Gatteschi**. La collana allargò progressivamente il suo raggio d'orizzonte: furono pubblicate monografie sui generi televisivi, sulle strategie di coinvolgimento dello spettatore, sulla rappresentazione della quotidianità da parte della televisione, sui nuovi formati...

La successiva collana "**Zone**" ha a sua volta pubblicato 17 libri, tra il 2005 ed il 2011. Nel 2011, Viale Mazzini ha cancellato questa linea libraria - preziosa per le università e per tutti gli operatori del settore - per ragioni che restano incomprensibili, e peraltro si ricordi che soltanto nel 2019 la Rai ha giustappunto ricostituito un proprio vero e proprio **Ufficio Studi** (vedi anche "Key4biz" del 3 agosto 2016, "[Dossier Rai: l'unica Tv pubblica europea senza ufficio studi](#)"), sostanzialmente re-introdotta in azienda come "obbligo" previsto dal nuovo "Contratto di Servizio" (anche a seguito di pressioni da parte della Commissione Parlamentare di Vigilanza). Ufficio Studi Rai non ancora dotato delle risorse budgetarie adeguate affinché svolga appieno la propria funzione, che dovrebbe essere trasversale tra la pluralità delle direzioni aziendali.

Ci si augura che l'iniziativa dell'Ufficio Studi, che supera un terribile "buco" quasi decennale della **Rai** nel campo accademico-scientifico (dal 2011 al 2019 appunto), voglia rappresentare un segnale formale e sostanziale di novello **indirizzamento anche strategico e politico**, per superare il deficit di profilo identitario del servizio pubblico italiano.

Si tratta quindi di una scelta di "politica aziendale" (anche in termini di immagine esterna, oltre che di funzionalità interna) che merita essere segnalata positivamente, confidando che non si risolva in un'iniziativa occasionale ed effimera (ovvero della solita "foglia di fico").

Dalle future strategie di comunicazione e promozione del libro "Coesione Sociale", si comprenderà appunto se si tratta di un "atto dovuto" per liberarsi la coscienza di fronte alla collettività, oppure di un'iniziativa sintomatica dell'avvio di un sano processo di "**coscientizzazione**" del servizio pubblico mediale in Italia. Nella presentazione odierna a Viale Mazzini, non è stato coinvolto alcun soggetto "esterno" al sistema Rai, ma si è trattato

giustappunto di una iniziativa “interna”, a porte chiuse. Attendiamo la prossima mossa dell'Ufficio Studi per la opportuna disseminazione dei risultati della sua attività anche extra-aziendalmente.

Conclusivamente - come titola **Andrea Montanari** la sua introduzione al libro - che si abbia finalmente “*Il coraggio di cambiare*”.

Non è mai troppo tardi.

[Link all'articolo originale >](#)