



Acquisti

Alimentazione

Ambiente

Casa

Diritti

New media

Salute

Servizi

Soldi

Viaggi

Rai- Uninettuno. Un convegno in vista del rinnovo della Convenzione

Stabilire un nuovo “patto con gli italiani”. Sarà questo l'intento che si proverà a raggiungere quando, nel mese di **maggio del 2016**, a poco più di 20 anni dalla firma della convenzione tra Rai e Stato del 1994, saranno nuovamente definiti **diritti, doveri e modalità di gestione del servizio pubblico televisivo**. Per non arrivare impreparati a questo importante appuntamento, nell'ambito della settimana delle Scienze della Comunicazione, Uninettuno (Università telematica internazionale) e RaiSenior hanno promosso un convegno, che si è tenuto questa mattina nella sede Rai di Viale Mazzini, per riflettere sull'argomento e comprendere verso quale direzione dovrà muoversi il servizio pubblico nei prossimi anni. “Il rinnovo della Convenzione è innanzitutto un momento importante per riflettere sui mutamenti di contesto avvenuti negli ultimi anni tra globalizzazione e digitalizzazione”, specifica la Presidente della Rai, **Anna Maria Tarantola**, e continua: “Bisogna chiedersi quale sia il ruolo che il servizio pubblico svolge attualmente e valutare se esso potrà continuare ad esistere anche in futuro. Ammettendo che ciò sia possibile, occorrerà necessariamente delineare il suo nuovo modo di essere, le sue attività future e il finanziamento che dovrà ricevere per raggiungere i suoi obiettivi”.

La digitalizzazione, per esempio, ha portato allo sviluppo di **nuovi canali**, ha aumentato la concorrenza, ha accresciuto la quantità di informazione disponibile e ha cambiato il sistema di distribuzione dei contenuti, non più da uno a molti ma da molti a molti. Il servizio pubblico gioca ancora il **fondamentale ruolo di setacciare e diffondere informazioni e contenuti certificati** che hanno un valore sociale ma per continuare a svolgere questo compito ha bisogno di restare autonomo, efficiente, solido e tecnologicamente avanzato trasformandosi in una “media company all'avanguardia così da collocarsi nel mercato globale e poter concorrere con i grandi provider”, dice ancora la Tarantola.

Dall'avvento di Internet fino a pochissimo tempo fa, i così detti nativi digitali avevano totalmente abbandonato il mezzo televisivo per l'acquisizione delle informazioni. Solo di recente si sta assistendo ad una controtendenza che, partita dagli Stati Uniti sta **riportando il pubblico alla Tv**, ma in modo del tutto nuovo. “Tanto per cominciare stiamo assistendo al decimo del palinsesto”, spiega **Maria Amata Garito**, Rettore dell'Università Telematica Uninettuno. Con la nuova televisione, l'utente costruisce da se il proprio palinsesto prendendo ciò che gli interessa da fonti diverse. Questi palinsesti personalizzati sono però dei serbatoi molto importanti per chi produce e distribuisce contenuti televisivi.

“Nel nostro Paese, il 34% dei ragazzi tra i 14 e i 34 anni sceglie per la costruzione del suo personale palinsesto programmi culturali e il 31% programmi di informazione (dati Censis/Ucsi-2013). La Tv, e la Rai in qualità di servizio pubblico, così non avrà forse lunga vita e continuerà ad essere oggetto di critiche da parte degli utenti. Allo stato attuale “la Rai ha perso gran parte della sua autorevolezza e credibilità”, dice **Gian Maria Fara**, Presidente Eurispes, presente alla tavola rotonda. “Tutto questo è accaduto perché il servizio pubblico ha rinunciato a svolgere il ruolo di agenzia di senso e orientamento che ha accompagnato lo sviluppo del Paese e ha preferito imitare i più redditizi percorsi del mercato televisivo privato”.

Parte di questa credibilità persa per far posto alle esigenze commerciali legate al profitto pubblicitario potrebbe essere recuperata anche attraverso una **maggiore trasparenza dell'Azienda** su modo in cui viene utilizzato il denaro del canone pagato dai cittadini. "Non c'è alcun modo di comprendere facilmente quali programmi sono finanziati dal canone e quali invece dagli sponsor", dice Antonio Catricalà, Presidente di Sezione del Consiglio di Stato, "e questo non fa altro che provocare indignazione negli utenti che finiscono per allontanarsi ulteriormente dal servizio pubblico". Tanti spunti di riflessione e poco più di due anni per trovare delle risposte convincenti per rilanciare il ruolo di Mamma Rai nel Paese.

Di Elena Leopardi