

**Commissione di Vigilanza Rai**  
**Audizione DIREZIONE CONTENUTI DIGITALI E TRANSMEDIALI**  
(Direttore Maurizio Imbriale)

*“Una Rai dall’offerta rilevante, inclusiva, sostenibile, responsabile, credibile”*: queste sono le parole chiave del Contratto di Servizio che plasmano anche l’offerta nella neonata Direzione Contenuti Digitali e Transmediali (rif. Art. 2) che mi onoro di dirigere.

In particolare, un obiettivo specifico della Direzione che coglie uno dei punti di maggiore rilevanza del Contratto di Servizio è quello di attrarre e fidelizzare il pubblico giovane (target Young Adult, dai 18 ai 35 anni, rif. Art. 5), attraverso la creazione di prodotti Original (come indicato dal Contratto per quanto attiene in specifico all’offerta multimediale, rif. Allegato 1 Comma 6).

Naturalmente, come Servizio Pubblico, la Direzione parlerà a tutti i cittadini utenti: è infatti presente nel nostro bouquet di offerta una linea di racconto che farà di temi come l’inclusione – non solo digitale ma anche educativa, sociale, di genere e generazionale – il suo *fil rouge*, perché nessuno può essere “lasciato indietro” in questo viaggio verso nuove forme di comunicazione e verso nuove e pervasive tecnologie.

I formati di racconto più agili si collocheranno in una ricerca di stile che sappia adattarsi ai diversi generi di narrazione, in modo da costruire un’offerta varia ed articolata che sappia interessare e coinvolgere tutti. Il nostro target principale sarà però proprio quello degli Young Adult, che mostra già ora di desiderare prodotti altamente targettizzati, e che attraversa generazioni diverse ma accomunate dalla volontà di trovare la propria voce e di farla sentire, e di ritrovarsi in narrazione identitarie. Sarà in queste narrazioni che la Direzione vuole farsi riconoscibile, e diventare punto di riferimento in un mercato di competitor dall’offerta vastissima, ma dove spesso lo spettatore/utente si perde. In questo scenario mediatico complesso noi vogliamo inserirci con una voce riconoscibile, netta, vivace, che nel tempo possa anche andare a “contaminare” e rivitalizzare il racconto televisivo classico.

In questa linea narrativa si collocano ad esempio prodotti come **Confusi** [una real comedy con le storie di tre ragazze e un ragazzo che si trovano per caso a condividere la stessa abitazione a Milano, all’inizio del primo anno di università. Hanno vite diverse alle spalle, individualità differenti, sogni e bisogni distanti, ma sono tutti ugualmente “confusi”], come **Conferenza Stampa** [un programma di Giovanni Benincasa che segue l’incontro di 350 ragazzi con grandi personaggi dello spettacolo, dello sport e del giornalismo. I giovani, tutti fra i 14 e i 20 anni, si improvvisano giornalisti incalzando gli ospiti con domande semplici e dirette, ma anche bizzarre e totalmente inaspettate], e come **Scuola di danza – i Ragazzi dell’Opera** [I ragazzi del corpo di ballo del Teatro dell’Opera di Roma, giovani diplomati, danno vita a momenti emozionanti e a storie legate all’ inarrestabile passaggio al mondo adulto, attraverso la ricerca di un lavoro e di un equilibrio emotivo ed esistenziale], giunti tutti alla seconda stagione. Per le loro stesse caratteristiche narrative – racconti “immersi” nella realtà dei giovani – tutti questi prodotti permetteranno di affrontare, con il giusto approccio, tematiche come l’uso consapevole dei media, il bullismo, i disturbi alimentari, l’impegno in un’attività sportiva (rif. Art. 2, Art. 5, Art.7). È invece una novità assoluta la presenza di Valerio Lundini come “reporter” in

**Faccende complicate:** con il suo stile stralunato Lundini compie un viaggio in giro per l'Italia, per intervistare e raccontare storie che ci riguardano tutti da vicino, dalle liti di condominio alle disavventure di turisti nelle periferie delle grandi città.

Ecco un altro punto chiave che caratterizza le produzioni della Direzione: attivarsi come laboratorio di nuovi format (rif. Art. 14). Capita quotidianamente di incontrare, nella navigazione in rete, ormai possibile su qualunque device e in qualunque anche minuscola porzione di tempo, "oggetti" nuovi. Nuovi formati di contenuti, nuove piattaforme, nuove modalità di utilizzo o di combinazione di quanto già esistente: uno scenario caoticamente vitale, spesso confuso, ma da cui - come broadcaster e a maggior ragione come broadcaster di Servizio Pubblico - non possiamo restare fuori. Anzi: il nostro compito deve essere proprio quello di riconoscere, intercettare ed interpretare l'evoluzione del contesto mediale offrendo i contenuti e le modalità narrative che il pubblico, specie quello più evoluto, mostra di apprezzare, accompagnando i cittadini/utenti nei diversi momenti della quotidianità e nelle diverse caratteristiche di consumo (rif. Art.3).

Un nuovo format sarà anche **Listen to me:** un palco, un pubblico e 5 persone a puntata. Sul palco saliranno in successione 5 personaggi che potranno essere persone comuni o personaggi del mondo dello spettacolo o dello sport. Ogni persona si potrà esibire, raccontando una storia o facendo una performance, per 5 minuti, toccando temi che spazieranno dall'identità sessuale alla disabilità, al futuro, alla comicità, al cyberbullismo, alla musica.

Naturalmente, e dopo il grande riscontro avuto dalle ultime edizioni del Festival di Sanremo sul target Young Adult, non potrà mancare nel bouquet di offerta della Direzione una produzione dedicata in modo specifico ad esplorare l'universo musicale giovanile, con un occhio rivolto anche all'aspetto di formazione e conoscenza più complessiva del mondo della musica. Ancora in linea con un approccio "educativo" ma trattato con un linguaggio rapido, digitale e contemporaneo prosegue poi l'esperienza di **Play Books:** il programma per innamorati di libri, fatto da innamorati di libri, che vuole parlare a ragazze e ragazzi cresciuti con le piattaforme streaming, senza per questo rinunciare alla complessità (rif. Allegato 1 Comma 2).

Proprio per l'ampiezza e la varietà dello scenario, e per la continua osmosi tra formati di racconto e molteplicità di piattaforme, diventa per la nostra Direzione di grande rilevanza la capacità di "mettere in moto" narrazioni transmediali. Le nostre produzioni, pur mantenendo il primo approdo sulla piattaforma non lineare secondo il modello *digital-first*, avranno "nuova vita" grazie alla distribuzione sui canali lineari ma anche grazie alla collaborazione con le altre Direzioni di Genere. Perché non si tratterà di dare al prodotto digitale "collocazioni lineari" di palinsesto: ma di creare racconti che siano in grado di attraversare più media, declinando i contenuti, anche quelli lineari, in formati specifici (ad esempio pillole brevi per un consumo in mobilità), mantenendo per lo spettatore/utente un unicum esperienziale privo di cesure. Naturalmente, in questa strategia produttiva avranno un ruolo molto rilevante sia accordi distributivi in grado di raggiungere il target nei propri ecosistemi di riferimento, sia un utilizzo performante degli algoritmi delle piattaforme proprietarie capace di orientare in modo efficace le scelte degli utenti, sia l'interazione diretta con i cittadini/spettatori attraverso i social media (rif. Art.3, Art. 5, Art. 23).

Questo approccio “transmediale” permetterà di affrontare con linguaggi e formati di volta in volta adeguati alla tipologia distributiva – su piattaforma proprietaria, sui social media, sulle reti lineari – anche temi delicati, ma fondamentali per un broadcaster di Servizio Pubblico come quello dell’impegno civile. È il caso, ad esempio, della docuserie ***Oltre il cielo***, che racconta le fasi del recupero in carcere e in comunità di alcuni giovani coinvolti in storie di varia criminalità, e parallelamente, in un montaggio tra presente e passato, racconta anche la vita di Don Claudio Burgio, responsabile della Comunità di Vimodrone e cappellano dell’istituto penale minorile Cesare Beccaria di Milano (rif. Art.2 e Art.5).

Vanno sempre nella direzione di un racconto multipiattaforma anche gli accordi produttivi con le altre Direzione di Genere, come quello con la Direzione Documentari che è all’origine della docuserie ***Città del futuro***, che racconta – con protagonista un’attivista di 25 anni - come i centri urbani dovranno cambiare per trasformarsi da parte attiva del Climate Change in fonti di soluzione. In ciascuno episodio si affronta una delle principali tematiche connesse al concetto di città - energia, spreco, inquinamento, mobilità -, collegandosi quindi in maniera estremamente calzante ad uno dei temi più volte ricordati nel Contratto, ovvero quello della transizione ambientale (rif. Art.2, Art. 8).

Le sfide della transizione ambientale sono affrontate – in modo più leggero e trasversale – anche da una produzione come ***I mestieri di Mirko*** (arrivata alla terza stagione, le prime due già trasmesse integralmente anche sulle reti lineari), in cui si riscoprono i mestieri che hanno reso l'Italia il paese della grande tradizionale artigianale del “made in Italy”, riconosciuta in tutto il mondo: ma anche un’occasione per capire in che modo alcuni lavori si siano rinnovati adattandosi ai nostri tempi e quale direzione si prospetta per il futuro, con un occhio ai giovani che stanno intraprendendo queste professioni, e una particolare attenzione all’imprenditoria femminile e a tutte quelle realtà vicine alla transizione ecologica, alla sostenibilità ambientale e alla New Green Economy (rif. Art.2, Art. 6, Art.8).

La transizione ambientale è anche una delle tematiche trattate all’interno del magazine ***Touch*** (seconda edizione): ma *Touch* – in una veste completamente rinnovata - è soprattutto la nostra finestra sulle sfide della digitalizzazione, che ci permetterà di affrontare e testare – anche con il supporto del Centro Ricerche Innovazione Tecnologica e Sperimentazione di Torino – tecnologie emergenti come l’Intelligenza Artificiale (rif. Art.2, Art. 3, Art.8). Sempre all’interno di *Touch*, una rubrica – riprendendo l’esperienza di *The Italian Network* - sarà dedicata all’imprenditorialità innovativa: racconti per ispirare, guidare, emozionare i giovani che si affacciano al mondo del lavoro ed aiutare tutti a inseguire le proprie passioni e i propri sogni. I protagonisti sono donne e uomini intraprendenti sparsi in Italia, in Europa e nel mondo, nei centri di ricerca, negli incubatori di start-up, nelle aziende che vivono d’innovazione (rif. Art.5).

Anche nella linea produttiva più istituzionale della Direzione la transizione digitale trova ampio spazio, ad esempio nella produzione di ***Skillz***: un progetto realizzato da Rai, con il Fondo per la Repubblica Digitale, dedicato alle competenze (Hard Skill e Soft Skill) necessarie per i lavori del futuro, con l’obiettivo di raggiungere i giovani tra i 15 e i 34 anni. Giovani creators, capaci di realizzare un link con il target di riferimento (Generazione Z e Millennials), ci trascineranno nei mondi della musica, dei videogiochi, del giornalismo o della moda per farci scoprire, con un linguaggio efficace e coinvolgente, una o più competenze necessarie nei lavori del futuro (rif. Art.5, Art.8).

È ormai consolidata per la Direzione, sempre in questa linea istituzionale, la collaborazione con l'Italian Digital Media Observatory (IDMO) per la produzione delle **Pillole contro la disinformazione**, che ormai investe tutti gli ambiti dell'attualità e inquina l'ecosistema mediatico con fake news, bufale, teorie del complotto. Per combatterla occorrono: consapevolezza del fenomeno, conoscenza dei suoi meccanismi, utilizzo di specifici strumenti di contrasto, e questi brevi filmati - pubblicati sulla piattaforma proprietaria e sempre trasmessi su tutte le reti lineari - promuovono lo sviluppo del pensiero critico e l'alfabetizzazione digitale dei cittadini, dando anche "istruzioni per l'uso" (rif. Art.4).

In questo secondo semestre del 2023 produrremo e accoglieremo anche un importante progetto EBU, **Women of Science**. E' un progetto pilota dell'European Broadcasting Union che mette al centro le opportunità che le materie STEM (science, technology, engineering and mathematics) possono offrire alle donne. Rai produrrà un documentario sul tema e la stessa cosa faranno altri 5 broadcaster, sei storie raccontate con un linguaggio armonizzato che verranno tutte proposte in piattaforma, coniugando quindi il tema della parità di genere a quello della valorizzazione appunto delle materie STEM (rif. Art.6, Art.8, Art. 10).

Sul tema della parità di genere, la Direzione Contenuti Digitali e Transmediali aderirà con due produzioni – *I Mestieri di Mirko* e *Touch* - al progetto promosso dalla BBC 50:50, il monitoraggio delle presenze maschili e femminili curato da singoli programmi, su base volontaria, per migliorare il proprio palinsesto in termini di una corretta rappresentazione di genere (rif. Art.10). È nostra intenzione provare a fare anche un passo in più: agire non solo sul piano del prodotto (quindi sulle presenze di conduttori, ospiti, esperti eccetera, come previsto da 50:50), ma anche nelle redazioni, nei team autorali e nelle figure di produzione, per monitorare anche su questo fronte il rispetto della parità di genere,

Sempre in ambito aziendale, la Direzione si farà attore del Piano per la Sostenibilità, in particolare nel gestire le attività produttive in un'ottica di sostenibilità ambientale, senza dimenticare altri fondamentali obiettivi del Piano come l'attenzione al capitale umano, la promozione dell'inclusione e delle pari opportunità, la valorizzazione delle diversità: un impegno che sarà quindi sia "esterno" - nei programmi prodotti -, sia "interno", nelle modalità di produzione e gestione delle risorse (rif. Art.12).

Infine, per essere in reale contatto con il target di riferimento degli Young Adult, come è nella mission della Direzione, un elemento di grande forza e importanza sarebbe quello di dare spazio a giovani autrici e autori che conoscono e vivono in prima persona i linguaggi e i formati delle proprie generazioni. Rai ha giustamente vincoli di accesso alla filiera produttiva per quanto attiene a nuovi contratti: potrebbe essere di aiuto individuare delle forme specifiche – come, ad esempio, un concorso dedicato – per attrarre e dare possibilità di lavoro a giovani talenti autorali.