

RELAZIONE
SULL'ANDAMENTO DEL SERVIZIO
PUBBLICO RADIOTELEVISIVO
(Anno 1996)

*Relazione Annuale 1996 sull'andamento del Servizio pubblico radiotelevisivo,
di cui all'articolo 2, comma 8 della legge 25 giugno 1993 n. 206.*

— SOMMARIO —

Nuove linee editoriali

Riorganizzazione e nomine

Integrazione delle linee editoriali
con i progetti attuativi dei Direttori di Rete e di Testate

Attuazione delle linee editoriali dell'area radiofonica

Attuazione delle linee editoriali dell'area televisiva

Televideo

Rai International

Tecnologie

Gestione di esercizio

NUOVE LINEE EDITORIALI

Il Consiglio di Amministrazione della RAI, nelle sedute dell'8 e del 13 agosto '96, ha approvato il nuovo documento di Linee editoriali dell'Azienda, che tiene prioritariamente conto del quadro di riferimento istituzionale - legislativo nel quale il servizio pubblico si trova ad operare, con una particolare attenzione al riordino del sistema televisivo e delle telecomunicazioni. Il testo integrale del documento è riportato in allegato 1.

RIORGANIZZAZIONE E NOMINE

Considerato che l'adozione delle linee editoriali ha determinato la necessità di scegliere Direttori, nell'area editoriale radiofonica e televisiva, ritenuti più idonei per formazione culturale ed esperienza professionale per realizzare tali linee nel quadro generale dei principi cui deve ispirarsi il servizio pubblico, il Consiglio di Amministrazione ha pertanto deliberato le seguenti nomine,

nella seduta dell'8 agosto '96:

Direzione RAIUNO

Direttore

Giovanni Tantillo

Direzione RAIDUE

Direttore

Carlo Freccero

Direzione RAITRE

Direttore

Giovanni Minoli

Direzione Coordinamento Palinsesti TV

Direttore

Giancarlo Leone

Direzione Palinsesto Notturmo

Direttore

Gabriele La Porta

Direzione RAI Educational

Direttore

Federico Scianò

Direzione Coordinamento Radiofonia

Direttore

Pietro Vecchione

Direzione Programmi Radio

Direttore

Stefano Gigotti

nella seduta del 13 agosto '96:

Direzione Telegiornale 1

Direttore

Rodolfo Brancoli

Direzione Telegiornale 2

Direttore

Clemente Mimun

Direzione Telegiornale 3

Direttore

Lucia Annunziata

Direzione RAI International

Direttore

Roberto Morrione

Direzione Tribune - Servizi Parlamentari

Direttore

Angela Buttiglione

Direzione Giornale Radio

Direttore

Marcello Sorgi

nella seduta del 4 settembre:

Direzione Testata Giornalistica Regionale

Direttore

Antonino Rizzo Nervo

Inoltre sono state anche assunte le seguenti determinazioni:

◆ Abolizione delle Direzioni Format e Tempo Reale

Tali Direzioni erano state istituite dal precedente Consiglio di Amministrazione, e godevano di piena autonomia ideativa realizzativa e budgettaria. La loro abolizione ha comportato la riallocazione delle risorse sia di personale che budgettarie a RAIDUE e a RAITRE, ed è servita ad evitare la cristallizzazione dell'offerta in determinate collocazioni orarie.

◆ Istituzione della Direzione Educational mediante accorpamento delle Direzioni Tematiche Programmi Culturali e Programmi per Ragazzi e della Direzione Videosapere.

Al fine di raggiungere un efficace snellimento organizzativo, sono state accorpate nell'ambito della Direzione Educational le competenze delle Direzioni Tematiche Programmi Culturali e Programmi per Ragazzi, della Direzione Videosapere (ex dipartimento per le trasmissioni educative e scolastiche), oltre al nucleo di attività relativo alla Teledidattica e al progetto formativo PICO concordato con il Ministero della Pubblica Istruzione.

◆ Ricostituzione della Direzione Palinsesto Notturno.

L'istituzione di una specifica Direzione, con un proprio progetto editoriale, risponde all'esigenza di potenziare la programmazione notturna, sfruttando anche le risorse del magazzino in cicli tematici per generi.

◆ Istituzione della Direzione Audiovideoteche.

Nell'ottica di una maggiore attenzione alla gestione del proprio patrimonio culturale, il progetto Teche intende costituire una risposta adeguata ai problemi di catalogazione, conservazione del materiale e di ottimizzazione dello sfruttamento dei relativi diritti.

Successivamente, considerato che il Direttore del Telegiornale 1 Rodolfo Brancoli in data 18 ottobre '96, ha rassegnato le proprie irrevocabili dimissioni dall'incarico, e stante l'esigenza di scegliere un Direttore altamente qualificato per ricoprire la posizione resasi vacante, nella seduta del 29 ottobre '96 il dott. Marcello Sorgi è stato nominato Direttore del Telegiornale 1 ed il dott. Paolo Ruffini Direttore del Giornale Radio.

Nella seduta del 18 ottobre '96 il Consiglio di Amministrazione ha poi deliberato l'istituzione della Direzione Canali Tematici e Nuove Offerte, indirizzata specificatamente alla definizione contenutistica e strategica dell'offerta tematica RAI.

Inoltre, allo scopo di dare una risposta innovativa alla richiesta di trasmissioni sportive, con un assetto organizzativo adeguato ed una politica dei diritti maggiormente orientata verso la domanda del pubblico, nella seduta del 18 dicembre '96 il Consiglio di Amministrazione ha istituito il Dipartimento dello Sport e in data 30 dicembre '96 ha nominato il dott. Fabrizio Maffei Direttore della Testata Giornalistica Sportiva, la cui denominazione è stata successivamente modificata in RAI SPORT.

Nel corso dei lavori consiliari del secondo semestre '96 il Consiglio ha anche esaminato i piani editoriali operativi elaborati dai Direttori di Rete e di Testata, ritenendone i contenuti coerenti con gli indirizzi e gli obiettivi delle Linee editoriali.

INTEGRAZIONE DELLE LINEE EDITORIALI CON I PROGETTI ATTUATIVI DEI DIRETTORI DI RETE E DI TESTATE

In attuazione del documento di linee editoriali approvato dal Consiglio di Amministrazione, ciascuna Rete e Testata ha provveduto ad elaborare il proprio specifico piano di attuazione, il cui testo integrale è riportato in allegato (all.to 2).

ATTUAZIONE DELLE LINEE EDITORIALI DELL'AREA RADIOFONICA

In molte parti del mondo, soprattutto nei Paesi più avanzati, la radiofonia sta conoscendo un obiettivo aumento d'interesse da parte del pubblico. Negli USA si sono registrati, negli ultimi anni, incrementi sempre maggiori d'investimenti nel settore, considerato dagli operatori economici un vero e proprio "nuovo mercato".

Nonostante le note difficoltà di ricezione, lo stesso accade in Italia, dove si è alla vigilia di una nuova era tecnologica ed editoriale. L'onda digitale che investe il settore comporterà trasformazioni radicali nei formati dell'offerta e nei moduli di consumo. L'economia dell'abbondanza dei canali pone il problema della targettizzazione degli ascolti.

Il fenomeno avrà - come già evidente nell'esperienza di altri Paesi - riflessi diretti sia nell'architettura delle reti con l'accelerazione delle applicazioni digitali, sulla rete terrestre (DAB) e sul satellite, sia nella struttura degli apparecchi ricevitori, sempre più in grado di "navigare" nel flusso dell'offerta.

In questo scenario Radio RAI sta operando per ritrovare motivi forti e identità per essere centrale nel mercato e indispensabile nel servizio. Deve soprattutto essere parte del processo di modernizzazione del Paese nonché strumento di una missione civile, istituzionale, di grande respiro. È quanto dettato per "l'area radiofonica" nelle Indicazioni per la definizione di linee editoriali approvate dal Consiglio di amministrazione (agosto '96).

Quattro gli impegnativi "input" di un progetto di rinnovamento per la radiofonia pubblica:

- capacità di intercettare le risorse collegate all'innovazione tecnologica, definendo standard ed editoriali d'avanguardia;
- impegno ad assicurare al Paese strumenti per proiettarsi sulla scena internazionale della comunicazione, entrando da produttore sul mercato europeo delle news;
- modello di applicazione di una nuova geografia della comunicazione locale;
- rafforzamento dei servizi di pubblica utilità con possibilità di accedere ad essi in forma multimediale ed in modo interattivo.

Da questi input discende la necessità di una riforma strutturale dell'offerta che, mirando all'ascolto, riclassifichi i prodotti tipici della radiofonia pubblica secondo i criteri di servizio e ricerchi le possibilità di emergere in un mercato frammentato da centinaia di emittenti e ora anche sollecitato da una robusta offerta internazionale.

Il cuore di una nuova strategia è, oggi, il cosiddetto "marchio informativo", ossia la capacità di rendere centrale, evidente ed utilizzabile un'offerta di informazione originale.

Ricollegandosi all'esperienza di Paesi omologhi, l'Italia deve poter disporre di un canale di grande informazione che metta i cittadini in condizione di essere informati sempre, con garanzia di accesso alle fonti dirette. Si tratta di individuare in questa offerta informativa la prima delle tipologie, in quanto legata al nuovo mercato digitale, base di ogni entità editoriale autonoma, prodotto tipico di un servizio pubblico protagonista della comunicazione globale. Con questo indirizzo le news trasmesse dal primo canale radiofonico hanno acquisito la necessaria centralità nel processo di razionalizzazione della programmazione.

Assumendo il primo come riferimento iniziale, la strategia rende più moderna e decifrabile la differenziazione dei tre canali pubblici.

Il secondo, in questa situazione, si configura come il canale della musica e dell'intrattenimento, un canale che si propone al mattino, come strumento di

compagnia per un target familiare non ancora attratto dalla programmazione televisiva, mira ai target più giovani elevando la qualità dell'offerta musicale ad essi rivolta, e la notte propone attualità internazionale e comunicazione multimediale; agile e concentrata in pochi appuntamenti quotidiani l'informazione.

Il terzo canale costituisce il vertice della comunicazione di qualità, della narrazione degli eventi culturali più significativi. Questo tramite l'individuazione dei fenomeni e la loro analisi, l'apertura alle diverse opinioni, una grande densità di parola e di musica che si concreta in una programmazione giornaliera dedicata a differenti ed esigenti categorie di ascoltatori, offrendo anche una consistente produzione di qualità che alimenta e attiva gli archivi dell'Azienda e delle istituzioni culturali. Anche in tal caso l'informazione da giornale radio è limitata a poche occasioni della giornata.

Alle offerte sui tre canali tradizionali si aggiungeranno nuove dotazioni di servizio, come ad esempio la rete parlamentare, da intendere quale vera e propria agenzia dei lavori parlamentari; la riprogettazione di Isoradio, che può essere perno per un fascio di reti del movimento da articolare sul territorio; la Filodiffusione, che parallelamente al procedere del cablaggio delle città può diventare la base per un servizio di Radio on demand.

Tra le missioni principali della Radio RAI figura il decentramento. Per dare risposta alle realtà locali, non solo identificabili come entità amministrative, la radio pubblica potrà configurarsi come un grande centro servizi che distribuisca sul territorio tecnologie e contenuti per alimentare - con modello a geometria variabile - reti, canali, segmenti di strutture comunicative.

STRUTTURE E OFFERTA

L'area radiofonica è curata, a livello centrale, dalla Direzione Coordinamento radiofonia, cui fanno altresì capo le attività di Produzione.

Le competenze della Direzione sono la pianificazione dell'offerta di medio e lungo termine, l'armonizzazione delle proposte di palinsesto, il presidio operativo dell'inquadramento trasmissioni e messa in onda, il coordinamento delle attività di promozione e di immagine, nonché l'approfondimento di progetti speciali e nuovi servizi. Sono inquadrati nella Direzione i servizi di pubblica utilità. Al Coordinamento Radiofonia fa anche capo l'Orchestra Sinfonica Nazionale della Rai con sede a Torino.

L'assetto organizzativo è articolato in: pianificazione offerta e messa in onda; produzione e gestione (ex Produzione radio); servizi comuni di pubblica utilità, promozione e progetti; Orchestra Sinfonica Nazionale.

È stato inoltre costituito un "Board" dei Direttori, nell'ambito del quale saranno discusse le linee editoriali, affrontate le problematiche generali ed elaborate le iniziative speciali.

Sotto il profilo ideativo, organizzativo e realizzativo interagisce con le Direzioni Programmi radio e Giornale radio. Le trasmissioni vanno in onda su tre canali nazionali: Radiouno, Radiodue e Radiotre. I primi due diffondono inoltre, in spazi orari differenziati, trasmissioni regionali e locali. Ciascun canale opera tecnicamente attraverso una rete costituita da un insieme di trasmettitori sia in modulazione di frequenza (FM) sia a modulazione di ampiezza (AM) al fine di conseguire la migliore copertura del territorio.

Oltre ai programmi nazionali che trovano diffusione attraverso le tre Reti e all'informazione nazionale canalizzata in tre notiziari del GR, gli altri prodotti radiofonici sono curati dalla Testata giornalistica regionale, da Tribune/acceso/servizi parlamentari e da Rai International. A livello operativo Radio RAI