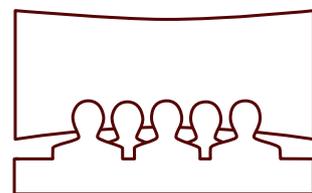


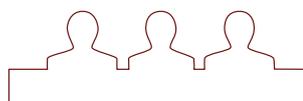
**I MEDIA INDUSTRY STUDIES IN ITALIA:  
NUOVE PROSPETTIVE SUL PASSATO  
E SUL PRESENTE DELL'INDUSTRIA  
CINE-TELEVISIVA ITALIANA**

**A CURA DI  
MARCO CUCCO  
E FRANCESCO DI CHIARA**

**SCHERMI**  
STORIE E CULTURE DEL CINEMA  
E DEI MEDIA IN ITALIA



ANNATA III  
NUMERO 5  
gennaio  
giugno 2019



*Schermi* è pubblicata sotto Licenza Creative Commons

# IL PICCOLO SCHERMO TRA ISTRUZIONE E DIVULGAZIONE. LE LOGICHE PRODUTTIVE DI RAI CULTURA

*Gabriele Landrini*

---

*Like private television networks, RAI tries to differentiate and characterize its original TV programs, adopting particular creative lines. This essay aims to analyse the production logics of RAI Cultura, an organization created in 2014 from the ashes of RAI Educational, which produces pedagogical and informative content. The first part is dedicated to the analysis of telecasts, where educational programming and projects targeted at tweens are alternated with more in-depth themes for a general audience. The second part reflects on the evolution of these two strands in their transition to online platforms, and therefore rethinks the very concept of production.*

---

## KEYWORDS

RAI; RAI Cultura; television; Italy; streaming

## DOI

10.13130/2532-2486/10918

---

## I. LA TELEVISIONE ITALIANA VERSO I *PRODUCTION STUDIES*

Da quasi due decenni, gli studi sulla produzione si sono gradualmente rapportati con il mezzo televisivo. Come ricostruito da teorici americani quali Jonathan Bignell<sup>1</sup> e Albert Moran<sup>2</sup>, il lungo processo che ha portato questa branca di analisi a intrecciarsi con le logiche del piccolo schermo ha trovato un ampio sviluppo negli Stati Uniti, dove la *television production culture* – nell’accezione di John T. Caldwell<sup>3</sup> – si è confrontata e si confronta tutt’oggi tanto con la sociologia quanto con i *media studies* ampiamente intesi<sup>4</sup>. Nonostante il folto bacino di interventi internazionali, le ricerche italiane sono tuttavia ancora molto circoscritte. Accanto o all’interno dei numerosi volumi di carattere pre-

<sup>1</sup> Bignell, 2013: 147-174.

<sup>2</sup> Moran, 2015: 205-225.

<sup>3</sup> Cfr. Caldwell, 2006: 99-134; Caldwell, 2008.

<sup>4</sup> Diverse sono le miscellanee statunitensi che, dagli anni Novanta ma soprattutto a partire dagli anni Dieci, hanno intrecciato gli studi produttivi sulla televisione con prospettive più ampie. Tra i vari volumi citabili, si vedano ad esempio Gripsrud, 2002: 225-310; Banks; Conor; Mayer, 2015; Paterson; Lee; Saha; Zoellner, 2016.

valentemente storico<sup>5</sup>, agli svariati saggi dedicati all'avvento dell'era digitale<sup>6</sup> e agli studi sempre più ricchi incentrati sull'audience<sup>7</sup>, la televisione è solo liminalmente indagata da un punto di vista anzitutto industriale. Dialogando puntualmente con prospettive di analisi più ampie, è soprattutto Luca Barra ad avere il merito di riflettere sia sulla storia e sulla definizione dei *production studies* ampiamente intesi in Italia, sia sul loro intreccio con il piccolo schermo. In tal senso, saggi dedicati alla cultura produttiva tout court si alternano a riflessioni di carattere teorico-sommativo su come tale taglio metodologico possa applicarsi alla televisione, non prescindendo da analisi incentrate su singoli format o generi, spesso realizzate congiuntamente a Massimo Scaglioni<sup>8</sup>. Anche quest'ultimo studioso è indubbiamente degno di nota in quanto, essendo particolarmente interessato alle svolte contemporanee e future del mezzo, ha ragionato sulle sfide produttive alle quali la televisione contemporanea sta andando incontro, focalizzandosi chiaramente anche sulle problematiche che i nuovi assetti digitali causano<sup>9</sup>. Alle analisi di Barra e Scaglioni, si possono poi aggiungere indagini più sporadiche di altri studiosi, come quelle dedicate ai prodotti intellettuali di Tiberio Snaidero, alla televisione mobile di Eleonora Uggè o alle nuove esperienze televisivo-mediali di YouTube di Alberto Marinelli e Romana Andò<sup>10</sup>.

A ogni modo, la televisione di Stato si presta forse più di altre a un'analisi di taglio produttivo. A partire dagli anni Duemila, grazie a quella che John Ellis definisce «age of uncertainty»<sup>11</sup>, l'avvento del digitale terrestre e la parallela invasione delle piattaforme di streaming online hanno mutato profondamente i caratteri dell'offerta che l'ex monopolio nazionale proponeva al proprio pubblico. Affiliandosi a una nuova idea di «cultura convergente»<sup>12</sup> che poggia paradossalmente su una «divergenza»<sup>13</sup> di emittenti e piattaforme, la RAI si è dovuta mobilitare, al fine di realizzare prodotti capaci di soddisfare le nuove richieste degli spettatori. Nonostante l'effettiva riuscita dell'operazione sia a oggi ancora opinabile, come espone in modo puntuale Massimo Scaglioni<sup>14</sup>, ciò non nega che la RAI abbia tentato e stia ancora provando a differenziare e caratterizzare le proprie produzioni originali, adottando peculiari linee creative a seconda degli enti che le finanziano. Innumerevoli sono i modelli che potrebbero essere indagati, in quanto varie sono le strutture che compongono l'universo della televisione di Stato. Oltre, per esempio, a RAI Ragazzi,

<sup>5</sup> Sembra forse scontato, ma si vedano in questo senso i due volumi fondativi sugli studi televisivi, Monteleone, 1992 e Grasso, 1992, ai quali si può aggiungere Chiarenza, 1978, volume dedicato esclusivamente alla RAI.

<sup>6</sup> Cfr. Centorrino, 2006; Pascotto, 2007; Scaglioni; Barra, 2013.

<sup>7</sup> Cfr. Tarozzi, 2007; Garofalo, 2018.

<sup>8</sup> Per lo studio dei *production studies* ampiamente intesi si veda Barra; Bonini; Splendore, 2016. Per l'approccio televisivo ad ampio respiro, interessanti sono invece Barra, 2013; Barra, 2016 e Barra, 2017. Per gli studi di caso, solo per citarne alcuni, si consultino Barra, 2014; Barra; Scaglioni, 2015; Barra; Scaglioni, 2016.

<sup>9</sup> Scaglioni, 2016a, pp. 81-89; Scaglioni, 2017a, pp. 167-190; Scaglioni, 2017b, pp. 238-249; Carelli; Scaglioni, 2017, pp. 133-147.

<sup>10</sup> Snaidero, 2014: 523-532; Uggè, 2007: 126-147; Marinelli; Andò, 2016: 61-132.

<sup>11</sup> Ellis, 2000.

<sup>12</sup> Cfr. Jenkins, 2006.

<sup>13</sup> Scaglioni, 2017c: 47.

<sup>14</sup> Cfr. Scaglioni, 2016b.

RAI News e RAI Fiction, un significativo caso di studio è sicuramente quello di RAI Cultura, ente nato a partire dalla stagione 2014/2015 dalle ceneri di RAI Educational, che produce programmi didattici e di interesse storico-artistico, distribuiti sporadicamente sulle reti generaliste ma principalmente su emittenti quali RAI 5, RAI Storia e RAI Scuola. In tal senso, il presente saggio mira a investigare le logiche che guidano proprio le produzioni originali firmate da RAI Cultura dalla sua nascita fino all'agosto 2018, soffermandosi su due passaggi. Un primo momento sarà dedicato alle due macro-categorie di trasmissioni che, operando sul piccolo schermo tradizionalmente inteso, guidano gli investimenti e le dialettiche creative dell'azienda. In un secondo momento, si rifletterà invece su come tale bipartizione si frammenti e si aggregi nelle piattaforme streaming<sup>15</sup>, dove prodotti originali pensati per il web si intrecciano con quelli destinati a una fruizione tradizionale. Attraverso questa duplice prospettiva, coincidente con il passaggio tra televisione propriamente detta e archivio digitale contemporaneo, sarà possibile ragionare non solo sui cambiamenti in atto nel micro-caso di RAI Cultura – che nel contempo riflette in modo esemplare l'intera politica del servizio pubblico –, ma anche sullo statuto contemporaneo della sua linea produttiva e fruitiva, alla luce tanto dei suoi lati positivi (la definizione di un archivio culturale ad ampio respiro, contemporaneamente storico e attuale) quanto di quelli negativi (un disordine e una manchevolezza organizzativo-espositiva).

Prima di procedere, sono necessarie alcune chiarificazioni metodologiche. L'approccio seguito adotta un punto di vista *medium specific* – ovvero che si allaccia «a doppio filo alle tradizioni di analisi (anche critica) sui singoli mezzi di comunicazione, sui loro linguaggi e sulle loro forme testuali»<sup>16</sup> – il quale interagisce e ha origine da documenti che chiamano in causa anche l'audience e, conseguentemente, le *critical political economy perspectives*<sup>17</sup>. Compiendo uno studio qualitativo e non quantitativo, il campione analizzato verte sulle produzioni propriamente firmate da RAI Cultura, finanziate cioè a partire dal 2014; ciononostante, spesso si riflette anche su prodotti targati RAI Educational, regolarmente ri-brandizzati come prodotti originali dall'ente successivo, e su programmi acquistati da altre case di produzione, che differiscono a volte marcatamente negli intenti creativi. Infine, la scelta di prediligere la branca culturale del servizio pubblico televisivo italiano è ovviamente arbitraria, ma scaturita dal fatto che, aprendosi a uno sguardo maggiormente storico, permette più di altre di osservare l'evoluzione del sistema RAI.

<sup>15</sup> Il portale principale è sicuramente il sito ufficiale dell'ente: [www.cultura.rai.it](http://www.cultura.rai.it). Alcuni contenuti sono disponibili anche sulla più variegata piattaforma di RAI Play: [www.raisplay.it](http://www.raisplay.it). Altri sono rintracciabili invece sui siti ufficiali delle singole emittenti televisive o, in certe occasioni, in quelli dedicati esclusivamente ai programmi di riferimento.

<sup>16</sup> Barra; Bonini; Splendore, 2016: 21. Vasta è la bibliografia anglofona su questa particolare metodologia: oltre ai volumi già consigliati in precedenza, si veda nello specifico Johnson; Kompare; Santo, 2014.

<sup>17</sup> Anche in questo caso la letteratura scientifica è molto ampia. Per uno studio preliminare, che travalica i lavori strettamente legati all'audience al fine di offrire uno sguardo d'insieme, si veda Hardy, 2014.

## II. RAI CULTURA E LA TELEVISIONE: UNO SGUARDO DIVERGENTE

Come già accennato, RAI Cultura si sviluppa con l'intento di raccogliere l'eredità di RAI Educational, a sua volta nata dal Dipartimento Scuola Educazione (DSE) che, dopo la svolta della Legge 103 del 1975, si impone come organo dipendente ma autonomo all'interno della RAI "riformata"<sup>18</sup>. Analizzando lo scarso materiale paratestuale messo a disposizione dalla televisione di Stato, risulta complesso comprendere l'effettiva invasività delle produzioni finanziate da questo ente, oltre che le politiche industriali che dall'interno ne guidano la realizzazione. Tuttavia, grazie alle rendicontazioni semestrali, è possibile notare che le trasmissioni di matrice intellettuale-educativa tout court hanno ottenuto un ruolo parzialmente più significativo a seguito della fondazione del brand Cultura, mantenendosi poi quantitativamente in crescita fino a oggi: nel corso degli anni la presenza di prodotti di questo tipo nelle reti specializzate – che sono, come si è detto, le loro principali piattaforme di diffusione – è infatti passata dal 14,07% del primo semestre della stagione 2011/12 (ovvero quando la RAI ha iniziato a tenere conto delle emittenti non generaliste) al 19,87% dei primi sei mesi della stagione 2014/15 (in concomitanza con l'esordio di RAI Cultura), raggiungendo il picco del 25,40% nell'ultimo semestre preso in analisi, il secondo della stagione 2017/18. A queste percentuali si aggiungono poi quelle della *corporate reputation*, le quali comprovano come l'incremento della produzione vada di pari passo al riscontro che il pubblico ha nei confronti delle reti che la trasmettono: se nel 2014 RAI Storia e RAI Scuola erano infatti conosciute rispettivamente da circa il 60% e il 40% degli intervistati, nel 2018 le cifre si alzano al 74% e al 58%, dati a cui si aggiunge RAI 5 al 76%. Naturalmente, sembra doveroso tornare a sottolineare che in queste percentuali non sono contemplate solo le produzioni propriamente RAI Cultura; ciononostante, il duplice incremento permette di comprovare un'esponentiale crescita tutt'oggi in atto della macro-area di cui esse fanno parte. Spostando il focus sulle linee produttive, è invece tautologicamente possibile affermare che, riprendendo lo spettro dei generi televisivi delineati da Giorgio Grignaffini, tale particolare sottostruttura aziendale propone produzioni originali che trattano argomenti culturali ed educativi, di stampo tanto divulgativo quanto esplicitamente pedagogico<sup>19</sup>. Il ristretto campione di analisi delle trasmissioni RAI Cultura permette tuttavia di rintracciare due linee creative affini, ma intrinsecamente divergenti, che ne caratterizzano le istanze produttive. Per definire questa ambivalenza, è necessario riprendere nuovamente il già citato studio sui generi di Grignaffini, scomponendo quella funzione sociale che definisce di «semplificazione-divulgazione»<sup>20</sup>: mentre l'affermato professionista intreccia i prodotti educativo-didattici a target infantile e adolescenziale con quelli maggiormente informativi indirizzati a un pubblico generalista, a seguito di un'analisi dell'ensemble dei programmi RAI Cultura appare indispensabile separare queste due micro-realtà. In tal senso, i contenuti del suddetto ente possono essere differenziati tra programmi d'istruzione e trasmissioni di divulgazione.

La prima branca, quantitativamente meno vasta della precedente, è quella che maggiormente si connette al periodo d'oro del monopolio RAI e alle sue produzioni scolastiche, studiate ad esempio da Nicoletta Tarroni o da Aldo Grasso,

<sup>18</sup> Monteleone, 1992: 398-399.

<sup>19</sup> Grignaffini, 2012: 119-125.

<sup>20</sup> Grignaffini, 2012: 119.

oltre che nei vari volumi manualistici dedicati alla storia della televisione<sup>21</sup>. Ciò nonostante, è indubbio che tali trasmissioni siano soggette anche a un necessario rimodellamento produttivo e distributivo, che evidenzia paradossalmente sia una continuità sia un distacco con il passato. Proponendo un'educazione diretta, ovvero mossa con scopi espliciti e dichiarati<sup>22</sup>, programmi originali di RAI Cultura come *Memex - La scienza raccontata dai protagonisti* (2015-2016) o ereditati da RAI Educational come *Nautilus - Un viaggio nella scienza* (2013-2015) tentano di iniziare il proprio pubblico ad argomenti scientifici e umanistici, in modalità differenti ma sempre legate a un certo grado di didascalismo. Rispetto al passato, quando la missione educativa si indirizzava a un pubblico generalizzato che necessitava di unificarsi culturalmente, le operazioni odierne sono fortemente circoscritte al proprio bacino di riferimento che, pur spaziando dagli studenti delle scuole elementari fino a quelli delle superiori, non travalica almeno ideologicamente l'età scolare. A provarlo è anzitutto l'emittente che manda in onda quanto prodotto. Se, come si è accennato, le trasmissioni si distribuiscono in modo ineguale tra le reti storiche e quelle tematiche, è sicuramente RAI Scuola la piattaforma principale dove i programmi educativi trovano uno spazio. Parallelamente, anche l'impostazione dell'offerta sottolinea in modo marcato il target di riferimento: focalizzandosi sui palinsesti di RAI Scuola e limitando l'analisi alle produzioni originali RAI Cultura, si può infatti notare come diverse trasmissioni coincidano con le "materie" umanistiche e scientifiche che ricorrono nei vari cicli di studi elementari e superiori. In tal senso, *Scrittori per un anno* (2007-2012), programma nato da RAI Educational e reinquadrato nel brand successivo, tenta ad esempio di riflettere su alcune figure chiave della letteratura italiana; in perfetta specularità, di carattere quasi esclusivamente scientifico<sup>23</sup> si propongono trasmissioni quali le già citate *Memex* o *Nautilus*, distribuite in modo irregolare anche su RAI 2. In una costante opposizione tematica, i format umanistici e scientifici convergono tuttavia nelle logiche che ne guidano le impostazioni creative e di resa contenutistica: non proponendosi come vere lezioni frontali – elemento comunque intrinseco, dal momento in cui ci si confronta con la necessaria distanza di una realtà sullo schermo –, tutte queste trasmissioni tentano di mettere al centro delle singole puntate un esperto o una personalità carismatica, che discute del proprio lavoro o di quello di altri. Questo escamotage sembra mirare a una maggior umanizzazione dell'insegnamento stesso che, intrecciando l'immedesimazione e la possibile ambizione dello spettatore, favorisce la creazione di un ipotetico legame con l'ospite. Con ovvie differenze, soprattutto legate alla discontinuità dell'apparizione *una tantum* del singolo soggetto e alle ideologie intrinseche che in passato erano proposte<sup>24</sup>, si rievocano nuovamente gli espedienti creativi che guidavano le prime produzioni monopolistiche, i quali in origine caricavano

<sup>21</sup> Cfr. Tarroni 1960; Tarroni; Meliciani, 1975; Grasso, 1988.

<sup>22</sup> Scaglioni, 2016b: 51.

<sup>23</sup> Il *quasi* è necessario, in quanto il caso di *Nautilus - Un viaggio nella scienza* è più complesso. Il programma nasce infatti come esclusivamente dedicato alle scienze ma, nel corso delle due stagioni di programmazione – 2013/14 con RAI Educational e 2014/15 con RAI Cultura – si propongono anche puntate dedicate ad argomenti umanistici.

<sup>24</sup> Da un punto di vista storico, si veda D'Amato, 1989. Per un'analisi più legata alle complessità contemporanee, ma di prospettiva spesso non coincidente con quella promossa in questo saggio, si consulti invece Parola, 2009.

la figura del maestro di una valenza contemporaneamente distaccata e intima<sup>25</sup>. Un caso più particolare è invece quello di *il D* (2006-in corso, in forme differenti). Nato nuovamente come una produzione originale RAI Educational e poi continuamente riproposto da RAI Cultura, *il D* è un contenitore di programmi pensati esclusivamente per un pubblico di bambini in età scolare e prescolare, finanziato anche dal MIUR. Originariamente prodotto come un macro-format destinato al piccolo schermo, si è poi evoluto e trasformato in un portale interattivo affine al programma propriamente televisivo, oggi inglobato – per motivi probabilmente legati a un flebile tentativo di brandizzazione del marchio<sup>26</sup> – nel portale web di RAI Scuola. Rimandando il complesso discorso sulla svolta digitale al prossimo paragrafo, basti al momento sapere che questo peculiare format, anche data l'audience di riferimento, è forse quello più esplicitamente educativo, affine alle dialettiche che storicamente delineavano la televisione concepita come «buona maestra»<sup>27</sup>.

La seconda linea produttiva, intrecciata naturalmente con la precedente, smussa l'impianto sfacciatamente educativo, aprendosi a discorsi più legati alla divulgazione generalista. Un primo e necessario appunto è di carattere terminologico: se il sostantivo “educazione” ha, a grandi linee, mantenuto la medesima accezione nel corso dei decenni, il lemma “divulgazione” si carica di un significato più labile, soprattutto alla luce del successo popolare ottenuto in tempi recenti grazie a volti noti del piccolo schermo come Alberto Angela e Alessandro Cecchi Paone. In questo frangente, con il secondo termine si vogliono delineare i programmi che, sebbene implicitamente propensi a promuovere un sapere nozionistico di stampo pedagogico, non introiettano istanze realmente didascaliche, aprendosi a un'estetica da *edutainment*<sup>28</sup> e di conseguenza a un pubblico generalizzato. Come in precedenza, questo cambiamento di intenti si esplicita anzitutto nella destinazione pensata per le produzioni originali, le quali sono proposte principalmente su RAI Storia, canale tematico di natura ovviamente storica, e RAI 5, emittente culturale ad ampio respiro. Nonostante la titolazione del primo faccia pensare a un palinsesto composto principalmente da trasmissioni atte a indagare le radici del nostro Paese, le produzioni divulgative trattano in realtà diversi argomenti, convergenti comunque alla realtà umanistica ma interessati parimenti a letteratura, pittura, arte, televisione, cinema, geografia e attualità. Trascendendo i confini della programmazione di RAI Scuola, innegabilmente limitata, la sotto-struttura culturale della televisione di Stato non ricalca, in questo caso, solo temi che potrebbero essere affrontati in sede scolastica, ma anche discipline non propriamente istituzionali. Solo per proporre alcuni esempi, oltre a numerosi programmi in cui l'archivio delle Teche RAI è l'assoluto protagonista – si pensi in tal senso a *Rewind - Visioni private* (2003-in corso) o *Passato e presente* (2017-in corso) –, significativi sono i casi di *TV Talk* (2001-in corso) o di *Corto reale - Gli anni del documentario italiano* (2013-14), altri show ereditati o ri-brandizzati da

<sup>25</sup> Cfr. Casetti, 1988.

<sup>26</sup> Cfr. McDowell; Batten, 2005. In lingua italiana, invece Mattiacci; Militi, 2011.

<sup>27</sup> Su questo particolare filone televisivo, che intreccia programmi di educazione con elementi di costume e spettacolo, non esiste una vera e propria letteratura scientifica, più focalizzata sul mondo dei videogiochi o del cinema. A ogni modo, con le dovute precauzioni, tale confronto replica le soluzioni proposte dall'*infotainment*, indagato a livello televisivo per esempio in Thussu, 2007 e Vögele, 2011.

<sup>28</sup> Farné, 2003. Di taglio più contemporaneo, si veda invece Grasso, 2007.

RAI Educational nei quali si discute rispettivamente dello statuto contemporaneo del mezzo televisivo e del repertorio cinematografico italiano. Non mancano poi programmi dedicati alla stretta contemporaneità come *Crash - Contatto, impatto, convivenza* (2009-in corso) che, in ideologica connessione con i reportage del monopolio, promuovono inchieste su fatti di cronaca e di costume. Più difficilmente incasellabile è invece *Zettel - Filosofia in movimento* (2012-in corso) che, sebbene sia in onda su RAI Scuola, non presenta la semplicità di linguaggio e di argomento tipicamente rintracciabile nelle produzioni didattiche, afferendo quindi maggiormente a questo secondo macro-gruppo. In netta opposizione con il primo filone rintracciato, l'apporto scientifico sembra essere quasi nullo, forse a causa della difficoltà di offrire un maggior approfondimento su temi che eventualmente necessiterebbero di una formazione preventiva.

Un appunto conclusivo a questo primo grado di analisi delle produzioni originali RAI Cultura riguarda invece le trasmissioni legate all'ambito economico. L'assenza pressoché totale di questa particolare tematica è estremamente significativa nel momento in cui si raffrontano le logiche produttive dell'ente qui indagato con quelle del suo predecessore, ovvero RAI Educational. Negli anni conclusivi di attività di quest'ultima realtà, diverse produzioni originali di taglio finanziario sono state promosse sia per un pubblico giovanile – ovvero *Moneyman, Money 2.0 - La moneta ai tempi del web* o *Lezioni di economia*, tutte prodotte tra il 2013 e il 2014 –, sia per un bacino più adulto – come *Dodici idee per la crescita* (sempre 2013/14) e *Lezioni della crisi* (2011/12). Sebbene queste trasmissioni vengano occasionalmente ri-brandizzate o siano comunque parzialmente disponibili sulle piattaforme web RAI, la mancanza di nuove produzioni analoghe rappresenta il principale punto di rottura rispetto all'offerta Educational. A causare questo taglio di contenuti è più che probabilmente lo scarso successo di pubblico, incapace di rapportarsi con un filone a tratti estremamente specifico, che necessitava conseguentemente la visione da parte di spettatori almeno parzialmente specializzati.

### III. RAI CULTURA E LO STREAMING ONLINE: UNO SGUARDO CONVERGENTE

I due sotto-generi, come si è detto connessi ma comunque distinguibili, mutano le intrinseche divergenze nel momento in cui l'analisi si sposta dal piccolo schermo propriamente detto alla «Tv dopo la Tv»<sup>29</sup>. La nuova «televisione convergente»<sup>30</sup> sembra ripensare le logiche produttive precedentemente indagate, riproponendo format originariamente realizzati per le emittenti televisive, ai quali si aggiungono prodotti iper-mediali all'apparenza inediti, ugualmente firmati da RAI Cultura. Queste due vie sono in realtà estremamente collegate tra loro: se nel primo caso si parla di rimediazione<sup>31</sup> di trasmissioni comunque originali e nel secondo di micro-portali – almeno in teoria – realizzati ex novo, in entrambe le situazioni la piattaforma web promuove una frammentazione e paradossalmente un'aggregazione dell'offerta, proponendo implicitamente anche un ripensamento del concetto stesso di produzione. Addentrandoci nel discorso grazie nuovamente alla riflessione di Massimo Scaglioni sul futuro dell'ex monopolio

<sup>29</sup> Spiegel; Olsson, 2004; Scaglioni, 2011.

<sup>30</sup> Grasso; Scaglioni, 2010.

<sup>31</sup> Ovviamente nell'accezione di Bolter; Grusin, 1999.

di Stato, è indubbio che la pianificazione post-televisiva della RAI appaia estremamente fallibile e contestabile, tanto nell'opinabile forza attrattiva dei contenuti audiovisivi, quanto nell'incapacità di edificare un brand autorevole e trasversale ai media<sup>32</sup>. Queste due problematiche implicite si riversano anche sulla circoscritta realtà di RAI Cultura, influenzandone le succitate logiche di rimediazione e di rinnovata produzione per la piattaforma web.

Fondamentale per una prospettiva legata ai *production studies* è soprattutto il primo problema rintracciato dallo studioso italiano. Analizzando i prodotti originali RAI Cultura pensati esclusivamente per una fruizione digitale, etichettati sul portale online con il termine di *webdoc*, è possibile individuare dialettiche produttive e creative differenti rispetto a quelle rintracciate per il piccolo schermo tradizionalmente inteso. La bipartizione tra opere educative e divulgative sembra infatti totalmente sfumata, a favore di operazioni che, pur essendo ideologicamente vicine alle seconde, si caricano di una forte valenza didascalica. A permettere ciò, è sicuramente la modalità attraverso cui questi contenuti sono offerti a un ipotetico fruitore, non più relegato al ruolo di spettatore: nonostante, tematicamente parlando, proponano a un target generalizzato riflessioni di carattere divulgativo principalmente incentrate sulla storia italiana<sup>33</sup>, questi webdoc sono difatti portali interattivi, attraverso i quali chi li consulta può accedere, secondo le sue preferenze, a micro-documentari, filmati d'archivio, fotografie e brevi riflessioni scritte. La loro natura ibrida, che è propria di un bisogno di reinvenzione del servizio pubblico tout court<sup>34</sup>, dissimula però un'assenza di innovazione a livello produttivo, che traspare dal fatto che i filmati che compongono le singole sezioni non si possono realmente considerare prodotti inediti, sebbene un appiglio di esclusività sia presente negli incipit testuali. Operando un'indagine dei vari webdoc – dedicati ad esempio alla Grande Guerra, alla Shoah, alla festa della Repubblica, ai Trattati di Roma o al movimento sessantottino, solo per citarne alcuni – traspare come i materiali multimediali proposti siano in realtà spezzoni tratti da produzioni precedenti. Oltre alle fonti storiche e primarie desunte dall'archivio delle Teche RAI, i contenuti atti a riflettere sul passato sono recuperati da trasmissioni originariamente destinate alla televisione, curate nuovamente da RAI Cultura o da RAI Educational. In *1968: Niente come prima*<sup>35</sup> si propongono, ad esempio, estratti della già citata trasmissione *Passato e Presente* o da *Il Tempo e la Storia* (2013-17), accompagnati da filmati d'epoca e da riflessioni più datate, come quelle proposte da Sergio Zavoli nel 1989 nel documentario *La notte della Repubblica* e da Silvano Agosti nel 1998 in *Trent'anni di oblio*. Parallelamente, le clip tratte da *Il Tempo e la Storia* sono le assolute protagoniste del webdoc intitolato *I Trattati di Roma. 60 anni di Europa*<sup>36</sup>, dove discorsi audio delle grandi personalità dell'epoca sono seguiti da approfondimenti tratti da diverse puntate del format condotto da Michela Ponzani, tra cui si possono citare quella dedica-

<sup>32</sup> Scaglioni, 2016b: 45.

<sup>33</sup> Circa il 70% delle produzioni originali webdoc sono infatti di carattere storico, esclusivamente interessate alla realtà nazionale. Il 14% si interessano invece di letteratura, mentre le restanti indagano personalità particolarmente emblematiche della cultura italiana come Pier Paolo Pasolini o Renzo Arbore.

<sup>34</sup> Debrett, 2010: 13-30.

<sup>35</sup> [www.raicultura.it/webdoc/1968/index.html#welcome](http://www.raicultura.it/webdoc/1968/index.html#welcome) (ultima visita: 28 agosto 2019).

<sup>36</sup> [www.raicultura.it/webdoc/trattati-di-roma/index.html#welcome](http://www.raicultura.it/webdoc/trattati-di-roma/index.html#welcome) (ultima visita: 28 agosto 2019).

ta ai padri fondatori dell'Unione Europea (3 novembre 2016), all'Europa unita (16 dicembre 2016), alle personalità femminili della storia (10 marzo 2017) e perfino alla Brexit (19 gennaio 2017). La frammentazione e l'aggregazione alla base del passaggio al digitale sono in questo caso indubbiamente palesate dalla natura stessa di queste operazioni, che suddividono e re-intrecciano i contenuti in modo nuovo.

Accanto ai *found footage* iper-mediali, si ritrovano anche i contenuti originali inizialmente pensati per il piccolo schermo che, svincolati da qualunque progetto tematico, si limitano a essere semplicemente riproposti all'interno della piattaforma online, occasionalmente tagliati in modo da ottenere clip quantitativamente più numerose e temporalmente più brevi. Nonostante il riferimento al format di provenienza sia conservato, questa suddivisione permette una maggior circoscrizione degli argomenti, che favorisce una ricerca più mirata dei contenuti richiesti. Se la frammentazione è pertanto insita nella rinnovata offerta delle produzioni precedenti, la successiva convergenza è data dall'assimilazione sotto il *brand* di RAI Cultura di tutti i prodotti, originali e no.

Affini a una connotazione produttiva ampiamente regolamentata, guidata ovviamente dalle medesime istanze didattico-divulgative, altri programmi nazionali come *Fumettology - I miti del fumetto italiano* – realizzato da Fish-Eye Digital Video Creation tra il 2012 e il 2015 – o importati come *Big Cities* – prodotto nel biennio 2016/17 dall'azienda statunitense Robotic Raptor – si aggiungono ai precedenti sotto il marchio di RAI Cultura, in modo totalmente indistinto dalle reali produzioni finanziate dall'ente. A questi prodotti, che spesso si aprono a un'idea di erudizione di più ampio respiro e meno istituzionale, si aggiungono inoltre trasmissioni firmate RAI Educational che, pur non essendo così recenti, si allineano ugualmente al flusso incondizionato della realtà streaming: il programma geografico *Italia in 4D* (2012-14) o la docufiction *Disordini* (2013-14) sono solo due contenuti che, contemporaneamente e dopo la fine della messa in onda televisiva, hanno trovato nuova vita sui portali web.

In conclusione, indipendentemente dalla riuscita o meno di quanto proposto, da un punto di vista produttivo due domande fondamentali possono essere sollevate: se per le emittenti televisive propriamente dette le aprioristiche logiche produttive di RAI Cultura oscillavano tra educazione e divulgazione, cosa cambia in questo secondo momento di confronto? E, chiamando in causa principalmente RAI Cultura ma ampliando la prospettiva anche alle nuove forme di riproposizione digitale di altre realtà televisive, si può parlare ugualmente di *produzione originale*?

In risposta alla prima domanda, si è già più volte suggerito che la precedente differenziazione è sfumata a favore di un *pastiche* di contenuti innegabilmente caotico, coordinato tematicamente nei cosiddetti webdoc ma totalmente privo di vincoli organizzativi per le altre sezioni. Anche in questo caso, emblematiche risultano le parole di Massimo Scaglioni, il quale denuncia la scarsa riuscita del processo di digitalizzazione dei contenuti RAI, rintracciando i limiti intrinseci nella mancata coordinazione dell'offerta (scissa in oltre 200 siti differenti), nell'incapacità di relazionarsi con il web e con i social network e nelle difficoltà di fidelizzare il pubblico più giovane<sup>37</sup>. Non volendo però fermarsi alla mera critica, la pur caotica convergenza archivistico-digitale del materiale permette

<sup>37</sup> Scaglioni, 2016b: 96.

parallelamente al servizio pubblico di confermare il proprio ruolo di depositario della storia collettiva e culturale del Paese: proprio le macro-produzioni RAI Cultura riflettono infatti ancor più marcatamente quella visione postmoderna che Carlo Freccero attribuisce all'intero repertorio della televisione di Stato, che si restituisce in questo modo come un bacino di confronto paritario e non cronologicamente organizzato<sup>38</sup>. Nonostante le difficoltà che accompagnano la digitalizzazione, e malgrado la manchevolezza che essa stessa comporta<sup>39</sup>, il nuovo accorpamento produttivo che guida la fruizione dei prodotti culturali favorisce quindi non solo la conoscenza della storia passata dell'Italia ma, in un'ottica nel contempo meta-televisiva, anche la definizione dell'identità odierna e del concetto contemporaneo di cultura.

Per quanto riguarda il secondo interrogativo, il discorso è invece più complesso, dato che esso si pone come parte integrante di un dibattito che, travalicando il mezzo televisivo, coinvolge ancor prima il concetto stesso di *riuso*. Tralasciando le connotazioni maggiormente storiche e artistiche, per chi scrive il peculiare caso del riutilizzo online di prodotti originali RAI Cultura non prescinde esso stesso un'istanza produttiva alla base, ugualmente guidata da fini ideologici e dal parallelo approccio *corporate* al brand. La frammentazione del prodotto pre-esistente, l'aggregazione sotto un unico marchio e soprattutto il dialogo tra i vari contenuti al fine di realizzare esclusivi webdoc sono tutti caratteri espliciti convergenti al desiderio di produrre ulteriori progetti pensati esclusivamente per i portali online, partendo da quelli originariamente finanziati per la contrapposta realtà televisiva.

Ergendosi a oggetto di studio in un discorso che è stato ed è tutt'oggi indirizzato anche ad altre realtà televisive tanto nazionali quanto internazionali, RAI Cultura deve quindi esplorare o potenziare diversi versanti produttivi, alternando trasmissioni create completamente ex novo – sia per le emittenti di riferimento, sia per il web – a quelle che ripensano il materiale già realizzato, non solo pedissequamente riproposto ma anche rimodellato alla luce di logiche iper-mediali votate all'interattività. Se per il dispositivo propriamente televisivo tale dualismo produttivo è consigliabile ma non fondamentale, per la cosiddetta «televisione rilocata»<sup>40</sup> esso è al contrario indubbiamente necessario: in un contesto in cui i confini sono sempre più sfumati e labili, enti come RAI Cultura – ma anche RAI Ragazzi, RAI Gold e RAI News – devono ripensare alla radice la propria filiera produttiva, offrendo contenuti adatti a piattaforme la cui fruizione non richiede esclusivamente uno sguardo passivo, ma incorpora anche un'interazione attiva. Le logiche intrinseche del web, così come a suo tempo quelle delle emittenti televisive, devono quindi guidare e modellare le dialettiche produttive dei nuovi prodotti didattico-divulgativi RAI, affinché questi ultimi siano adatti non solo al canonico piccolo schermo ma anche a un microcosmo post-televisivo sempre più imperante e ineludibile.

<sup>38</sup> Freccero, 2013a: 428-437; Freccero 2013b: 106-111.

<sup>39</sup> Cfr. Cicognetti; Sorlin, 2004: in particolare 106-108.

<sup>40</sup> Gripsud, 2010.

## Tavola delle sigle

DSE: Dipartimento Scuola Educazione  
MIUR: Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca  
RAI: Radiotelevisione Italiana

## Riferimenti bibliografici

- Banks, Miranda; Conon, Bridget; Mayer, Vicki**  
2015, *Production Studies, The Sequel! Cultural Studies of Global Media Industries*, Routledge, London/New York.
- Barra, Luca**  
2013, *Costruire la televisione. Appunti per una storia produttiva e distributiva*, in Aldo Grasso (a cura di), *Storie e culture della televisione italiana*, Mondadori, Milano 2013.  
2014, *L'Italia in vetrina. Spazi e modelli produttivi della soap opera televisiva*, «Bianco e Nero», a. LXXV, n. 578.  
2016, *Dietro lo schermo, dentro la scatola. Radici e prospettive della ricerca sulla produzione e distribuzione televisiva in Italia*, in Luca Barra, Tiziano Bonini, Sergio Splendore (a cura di), *Backstage. Studi sulla produzione dei media in Italia*, Unicopli, Milano 2016.  
2017, *L'approccio produttivo e distributivo*, in Massimo Scaglioni, Anna Sfarini (a cura di), *La televisione. Modelli teorici e percorsi d'analisi*, Carrocci, Roma 2017.
- Barra, Luca; Bonini, Tiziano; Splendore, Sergio**  
2016, *Studiare le culture di produzione* in Luca Barra, Tiziano Bonini, Sergio Splendore (a cura di), *Backstage. Studi sulla produzione dei media in Italia*, Unicopli, Milano 2016.
- Barra, Luca; Scaglioni, Massimo**  
2015, *Saints, Cops and Camorristi. Editorial Policies and Production Models of Italian TV Fiction*, «Series», vol. 1, n. 1.  
2016, *One Story, Two Media. Strategies and Intended Audiences in Italian Productions for Cinema and Television*, «Comunicazioni Sociali», a. XXXVIII, n. 3.
- Bignell, Jonathan**  
2013, *An Introduction to Television Studies. Third Edition*, Routledge, London/New York.
- Bolter, David Jay; Grusin, Richard**  
1999, *Remediation. Understanding New Media*, The MIT Press, Cambridge (Massachusetts); trad. it. *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini, Milano 2002.
- Caldwell, John T.**  
2006, *Critical Industrial Practice: Branding, Repurposing, and the Migratory Patterns of Industrial Text*, «Television & New Media», a. VII, n. 2, May.  
2008, *Production Culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*, Duke University Press, Durham (North Carolina).
- Carelli, Paolo; Scaglioni, Massimo**  
2017, *Il broadcasting e la produzione audiovisiva e digitale*, in Ruggero Eugeni, Nicoletta Vittadini (a cura di), *Le professioni della comunicazione*, Franco Angeli, Milano 2017.
- Casetti, Francesco (a cura di)**  
1988, *Tra me e te. Strategie di coinvolgimento dello spettatore nei programmi della neotelevisione*, Eri, Torino.
- Centorrino, Marco**  
2006, *La rivoluzione satellitare: come Sky ha cambiato la televisione italiana*, Franco Angeli, Milano.
- Chiarenza, Franco**  
1978, *Il cavallo morente. Storia della RAI*, Franco Angeli, Milano.

**Cicognetti, Luisa; Sorlin, Pierre**

2004, *Storici e archivi televisivi: un incontro proficuo?*, in Pasquale Iaccio (a cura di), *La storia sullo schermo. Il Novecento*, Luigi Pellegrini, Cosenza 2004.

**D'Amato, Marina**

1989, *Lo schermo incantato: trent'anni di televisione per ragazzi*, I Cirri, Roma.

**Debrett, Mary**

2010, *Reinventing Public Service Television for the Digital Future*, Intellect, Bristol/Chicago.

**Ellis, John**

2000, *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*, I.B. Tauris, London/New York.

**Farné, Roberto**

2003, *Buona maestra TV. La Rai e l'educazione da "Non è mai troppo tardi" a "Quark"*, Carocci, Roma.

**Freccero, Carlo**

2013a, *L'archivio in diretta*, in Aldo Grasso (a cura di), *Storie e culture della televisione italiana*, Mondadori, Milano 2013.

2013b, *Televisione*, Bollati Boringhieri, Torino.

**Garofalo, Damiano**

2018, *Storia sociale della televisione in Italia: 1954-1969*, Marsilio, Venezia.

**Grasso, Aldo**

1988, *Lo Specchio sporco della televisione: divulgazione scientifica e sport nella cultura televisiva*, Fondazione G. Agnelli, Torino.

1992, *Storia della televisione italiana. I 50 anni della televisione*, Garzanti, Milano.

2007, *Buona maestra. Perché i telefilm sono diventati più importanti dei libri e del cinema*, Mondadori, Milano.

**Grasso, Aldo; Scaglioni, Massimo**

2010, *La televisione convergente*, RTI, Milano.

**Grignaffini, Giorgio**

2012, *I generi televisivi*, Carocci, Roma.

**Gripsrud, Jostein**

2002, *Understanding Media Culture*, Bloomsbury, London.

2010, *Relocating Television: Television in the Digital Context*, Routledge, London.

**Hardy, Jonathan**

2014, *Critical Political Economy of the Media*, Routledge, London/New York.

**Jenkins, Henry**

2006, *Cultura convergente*, Apogeo, Milano.

**Johnson, Derek; Kompare, Derek; Santo, Avi**

2014, *Making Media Work. Cultures of Management in the Entertainment Industries*, New York University Press, New York.

**Marinelli, Alberto; Andò, Romana**

2016, *YouTube Content Creators: Volti, formati ed esperienze produttive nel nuovo ecosistema mediale*, Egea, Milano.

**Mattiaci, Alberto; Militi, Alessandro**

2011, *Tv brand. La rivoluzione del marketing televisivo*, Fausto Lupetti, Bologna.

**McDowell, Walter; Batten, Alan**

2005, *Branding TV. Principles and Practices*, Focal Press, Burlington (MA).

**Monteleone, Franco**

1992, *Storia della radio e della televisione in Italia. Un secolo di costume, società e politica*, Marsilio, Venezia.

**Moran, Albert**

2015, *The Sage Handbook of Television Studies*, SAGE, London/Los Angeles.

**Parola, Alberto (a cura di)**

2009, *Le trappole del verosimile.*

*Tv dei ragazzi e qualità: analisi e proposte*, Franco Angeli, Milano.

**Paterson, Chris; Lee, David;  
Saha, Anamik; Zoellner, Anna**  
2016, *Advancing Media Production Research: Shifting Sites, Methods, and Politics*, Springer, Heidelberg.

**Pascotto, Antonio**  
2007, *La televisione senza palinsesto. Contenuti nella tivù dell'era digitale*, De Angelis, Milano.

**Scaglioni, Massimo**  
2011, *La tv dopo la tv. Il decennio che ha cambiato la televisione: scenario, offerta, pubblico*, Vita e Pensiero, Milano.

2016a, *Prati, Italia. La "cittadella RAI" e i luoghi della produzione televisiva*, in Luca Barra, Tiziano Bonini, Sergio Splendore (a cura di), *Backstage. Studi sulla produzione dei media in Italia*, Unicopli, Milano 2016.

2016b, *Il servizio pubblico. Morte o rinascita della RAI?*, Vita e Pensiero, Milano.

2017a, *La produzione di audiovisivi nell'età della convergenza. Lo scenario italiano ed europeo*, in *La comunicazione multipla. Media, piattaforme, over the top, big data*, Centro studi FMC - Osservatorio politico della Fondazione Magna Carta, Roma 2017.

2017b, *La forma del contenuto. La produzione di intrattenimento, fiction e news tra luci e ombre*, in Federico Di Chio (a cura di), *Mediamorfosi 2. Industrie e immaginari dell'audiovisivo digitale*, RTI, Cologno Monzese 2017.

2017c, *Storie della televisione: dalle origini alla convergenza*, in Massimo Scaglioni, Anna Sfardini (a cura di), *La televisione. Modelli teorici e percorsi d'analisi*, Carocci, Roma 2017.

**Scaglioni, Massimo;  
Barra, Luca (a cura di)**  
2013, *Tutta un'altra fiction. La serialità pay in Italia e nel mondo. Il modello Sky*, Carocci, Roma.

**Snaidero, Tiberio**  
2014, *Osservazioni sui modelli di comunicazione e produzione intellettuale nella Videocrazia italiana*, «Itaca», vol. 91, n. 3, autunno.

**Spiegel, Lynn; Olsson, Jan (eds.)**  
2004, *Television after Tv. Essays on a Medium in Transition*, Duke University Press, Durham (North Carolina).

**Tarroni, Evelina**  
1960, *Ragazzi, radio e televisione*, Malipiero, Bologna.

**Tarozzi, Massimiliano (a cura di)**  
2007, *Il governo della TV. Etnografie del consumo televisivo in contesti domestici*, Franco Angeli, Milano.

**Tarroni Evelina; Meliciani, Alessandro**  
1975, *Televisione, scuola e processi culturali in Italia*, Bulzoni, Roma.

**Thussu, Daya Kishan**  
2007, *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, SAGE, London/Los Angeles.

**Uggè, Eleonora**  
2007, *La Tv Mobile interattiva: i processi di creazione, produzione e fruizione*, in Giuseppe Riva, Massimo Pettiti, Eleonora Uggè (a cura di), *Oltre la televisione. Dal DVB-H al Web 2.0*, LED, Milano 2007.

**Vögele, Maria**  
2011, *Infotainment. Characteristics, History and Problems*, GRIN Verlag, München.