

La presidente Rai Marinella Soldi fra gli ospiti con il patron de La7 ed Rcs Urbano Cairo

La televisione si interroga sul suo futuro

“Oggi i giovani non sono il nostro pubblico”

IL RETROSCENA

ROBERTO FIORI
DOGLIANI

La televisione di oggi e la Rai del futuro. Il partito dei social media e quello che è rimasto affezionato alla carta stampata. Questi i temi alti discussi ieri nella piazza del **Festival della Tv** di Dogliani, con ospiti come la presidente della Rai, Marinella Soldi, e il patron di La7 e di Rcs, Urbano Cairo.

«La Rai è un'azienda con molti professionisti straordinari e una ricchezza spesso latente di talenti, risorse e archivi - ha detto la presidente Soldi rispondendo alle domande di Aldo Cazzullo -. Noi, quando siamo arrivati ai vertici, abbiamo deciso di implementare il piano industriale precedente senza stravolgerlo, come invece quasi sempre accade. E abbiamo scelto di spingere sulla divisione per generi che era già stata abbozzata da chi ci precedeva».

L'età media di chi guarda la Rai in tv, però, ha 63 anni. «I giovani oggi non sono il nostro pubblico e sono poco considerati dai nostri programmi, a parte qualche raro caso. Ma la transizione digitale può modificare tutto ciò ed è per questo che una piattaforma come Rai Play è una delle sfide per noi più importanti».

Il servizio pubblico, ha aggiunto, «ha il dovere di aiutare le persone a orientarsi, dare degli strumenti per capire

l'attualità. La Rai deve sempre mettersi in ascolto dei cittadini per farsi ascoltare». Come diceva Piero Angela, «chiediamoci sempre cosa può essere utile allo spettatore».

Ma quanto pesa la politica in Rai? «Ovunque ci sia un servizio pubblico finanziato dallo Stato, è giusto che ci sia un controllo e un indirizzo. Ma io non ho mai subito ingerenze. Il lavoro da fare è molto e per lo più tracciato, vedremo cosa accadrà dopo le elezioni».

E proprio di elezioni si è parlato quasi contemporaneamente in piazza Belvedere, dove a confrontarsi c'erano il direttore di Domani, Stefano Feltri, il responsabile di Repubblica Torino, Beniamino Pagliaro, il direttore di YouTrend Lorenzo Pregliasco e il presidente dell'Ordine dei giornalisti del Piemonte, Stefano Talia. La domanda iniziale: quanto sono attendibili i sondaggi, che oggi danno uno schieramento in netto vantaggio?

«Siamo di fronte a uno scenario abbastanza inedito - ha detto Pregliasco -, ma gli indecisi sono ancora tanti. Non dobbiamo aspettarci dai sondaggi più di quello che ci possono dare, ma neppure meno, perché la fotografia che offrono è molto nitida. Le bolle dei social non sono affatto più attendibili per leggere la società».

Per Pagliaro, «il peso dei social in questa campagna elettorale è tutto sommato abbastanza marginale. Ab-

biamo scritto in questi giorni paginate sui politici sbarcati su TikTok, ma è soprattutto colore». Ma, ha osservato Feltri, «il partito dei social media può essere molto influente, come ha mostrato la campagna vincente di Trump negli Usa. Non sta succedendo lo stesso oggi in Italia, ma perché i politici non sembra che siano in grado di capire e gestire questi mezzi e li usano in modo maldestro».

E un editore che si muove tra tv e carta stampata come Urbano Cairo, cosa pensa del futuro della comunicazione? «La tv che facciamo noi su La7 ha un pubblico molto fidelizzato, che può ulteriormente consolidarsi se sai confezionare il programma giusto - ha detto sul palco insieme con Nicola Porro -. La carta stampata ha bisogno di una gestione efficiente e di sviluppare molto la versione online, ma ha ancora spazio per giocare un ruolo da protagonista». E ha aggiunto: «Vent'anni fa avevo l'ambizione di fare in Italia un grande giornale popolare tipo il Sun inglese. Ma non ho mai trovato il direttore giusto per questo modello e ho accantonato l'idea, puntando piuttosto sui settimanali».

E il Torino, di cui è presidente da 17 anni? «Lì è solo passione, mia e dei miei genitori. Con il calcio è quasi impossibile non perdere dei soldi». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 5751





ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 5751