

La Rai alla ricerca di 'nuovi talenti': rischio di autocompiacimento con un progetto di canale web Tv che nasce tardivo?

di Angelo Zaccone Teodosi
(Presidente IsICult - Istituto italiano per l'Industria Culturale)

Presentazione ai limiti dell'incredibile, questa mattina, nel tradizionale Salone degli Arazzi di Viale Mazzini, curiosamente allestito con una scenografia policroma da studio televisivo: panel e pubblico delle grandi occasioni, con il Vice Direttore Generale **Giancarlo Leone** nella veste di moderatore e conduttore, per la presentazione dell'iniziativa "**Nuovi talenti. Fai vedere chi sei**",



ovvero una operazione multimediale voluta dalla **Rai** per intercettare nuovi talenti.

L'idea, in sé, è certamente valida ed indiscutibilmente apprezzabile, ma perché nasce solo nell'estate del 2008?!

Il quesito, pertinente e nodale, è stato posto, con grazia ed ironia, da un "grande vecchio" della tv italiana, Pippo Baudo, che ha diviso la scena con Leone. Baudo è stato l'unico, in una conferenza stampa da record dell'autocompiacimento autoreferenziale, ad avere il coraggio di osservare il ritardo della tv pubblica italiana nell'iniziativa.

Eppure la tv pubblica sembra aver messo in campo il meglio del suo management e dei suoi artisti: da Baudo ad Insinna, da Frizzi a Cecchi Paone, con una co-produzione messa in atto da ben 3 direzioni. Il progetto è infatti nato da una idea della **Direzione Risorse Televisive**, d'intesa con la Direzione Innovazione Prodotto, ed è stato sviluppato dalla Direzione Nuovi Media. I due co-registi del progetto sono Piero Gaffuri (New media) e Lorenza Lei (Risorse tv), due manager emergenti del nuovo corso Rai (cosa accadrà con il nuovo Consiglio di Amministrazione, rispetto ai ciclici "up & down" dei dirigenti?!).

In sala, tra il pubblico il top dell'alta dirigenza Rai, come in rare occasioni si registra nelle conferenze stampa di Viale Mazzini. Unici assenti illustri Minoli e Freccero. Per il resto, c'erano veramente tutti (da Di Bella a La Porta), e il Vice Dg Leone li ha elencati nominalmente, uno per uno, enfatizzando come questa presenza trasversale delle varie

strutture aziendali, evidenziasse l'interesse dell'azienda rispetto al progetto. E' intervenuto anche il Direttore Generale Cappon, e, tra i membri del Consiglio di Amministrazione, Rognoni.

Si legge nel comunicato stampa, ovvero nella paginetta scarna distribuita in occasione della conferenza, che l'iniziativa "permetterà da oggi a chiunque voglia dimostrare il proprio talento di conduttore-comico-attore-artista (nel futuro potrebbero essere inserite anche altre categorie) di iscriversi, realizzare facilmente il proprio video-provino e di caricarlo on line sul sito con una finestra temporale (al fine di verificare i minimi requisiti di base) di massimo 48 ore. Tutte le video-performance dei nuovi talenti saranno visibili in una galleria organizzata in aree distinte (sull'esempio di portali come YouTube), senza limitazioni tematiche o anagrafiche (fatto salvo il compimento della maggiore età), entrando così a far parte di un grande archivio a disposizione dell'Azienda". Non entriamo nel merito dell'"esempio" citato (You Tube?!), ma ci domandiamo come è possibile che la Rai presenti in pompa magna e con tutto questo entusiasmo narcisistico una iniziativa che poteva nascere un anno fa, due anni fa, tre anni fa?!

Che la tv pubblica italiana abbia deciso di destinare risorse professionali e budgetarie a questo progetto (quanto, non è dato sapere, ma è noto quanta poca parte del proprio bilancio Rai dedichi alla multimedialità ed alla multicanalità), è indiscutibilmente cosa buona e giusta, ma una iniziativa così tardiva – ed assolutamente non innovativa nell'impostazione – dovrebbe accompagnarsi con uno scatto di inventiva, con un riferimento reale e concreto a quel che sta avvenendo nella grande rete delle reti. Per comprendere il ritardo culturale dell'operazione, basti osservare che nessuno ha segnalato che, di fatto, trattasi di "user generated content": l'alta dirigenza Rai saprà certamente che ci sono iniziative come la web tv **Yks Channel** (diretta da Andrea Soldani) e **Current Tv** Italia (diretta da Tommaso Tessarolo), che già da tempo mettono in rete contenuto generato dagli utenti, e, spesso, questi contenuti sono veri e propri "provini", perché mettono in evidenza nuovi talenti (basterebbe andarli a vedere, intercettarli con intelligenza selettiva...).

E che dire della trasmissione di Italia 1 in onda dall'autunno 2007, "Talent1"?!? La trasmissione tv è basata su una selezione dei contenuti ritenuti più interessanti ed originali pubblicati sul sito web, ed ha un "plus" che l'iniziativa Rai non ha: il feedback da parte degli stessi utenti. Rai consentirà agli aspiranti "artisti" di caricare sul proprio sito www.nuovitalenti.rai.it dei video di 3 minuti di durata, ma non ci sarà un meccanismo di retroazione: un comitato di selezione valuterà se, al di là della pubblicazione, vi sono chance per un provino... in carne ed ossa! Invece, con "Talent1", tutti i video pubblicati possono essere votati dalla "community" e i voti espressi generano automaticamente una classifica settimanale di gradimento. I video più votati ed altri selezionati da "Talent1" vanno in onda nel programma tv ogni martedì alle 23:50, presentato da Tommy Vee con la partecipazione di Giacomo "Ciccio" Valenti. Inoltre, "Italia1" trasmette ogni notte (lunedì, mercoledì, giovedì,

venerdì), "Talenti Player", un mix dei video-talenti più originali, curiosi, interessanti. Si tratta di uno dei prodotti ideati da Guido Dall'Oglio, Direttore area musica Mediaset e titolare del format "Talent1". Più precisamente, si ricorda che "Talent1" andava in onda, dal 27 settembre 2007, il giovedì sera, dopo "Le Jene", e la notte durante il resto della settimana. Gli autori del programma, prima della messa in onda della prima puntata tv, hanno dichiarato di aver ricevuto 3.000 video, e di riceverne mediamente 100 nuovi al giorno. Trasmissioni Mediaset che mostrano punti di contatto con l'approccio "interazione tv + web" sono anche "120 secondi" (progetto per diventare "reporter di strada", su TgCom) e "6 come 6", la campagna istituzionale di Italia 1, lanciata nel 2002.

Per quanto riguarda Viale Mazzini, invece, sarà una redazione interna Rai coordinata dalla Direzioni Risorse Tv e Nuovi Media ad effettuare lo "screening" costante dei video-provini ed a segnalare i più interessanti alle varie strutture editoriali Rai, per eventuali provini mirati e l'inserimento dei migliori "performer" in specifici programmi. Da segnalare che il canale web ospita anche le interviste e i consigli ai neofiti di grandi personaggi che hanno fatto e ancora fanno la storia dello spettacolo Rai, clip di grande tv che possano essere di ispirazione per tutti, autentiche perle estratte dai programmi che più hanno innovato nella vita creativa della televisione (da "Le Vie del Successo" a "L'altra Domenica", da "Quelli della Notte" ad "Avanzi"), nonché altri contenuti inediti.

L'operazione multimediale sviluppata a 360 gradi, si avvarrà anche della piattaforma di telefonia mobile (ma non è stato rivelato chi è il partner), con il lancio di un "mobile site" realizzato appositamente per la fruizione delle "performance" da un videofonino, con cui sarà possibile vedere-votare le esibizioni dei nuovi talenti, scaricare contenuti speciali e addirittura caricare il proprio provino. Rai precisa che le migliori "performance" potrebbero anche essere selezionate per diventare contenuto di una striscia televisiva su una rete generalista e di un canale digitale Rai per dare ulteriore trasparenza e risonanza all'operazione.

Il comunicato stampa conclude: *"l'obiettivo di sviluppare un rapporto nuovo e creativo con una vasta community di giovani sarà perseguito anche stimolando blog, commenti e spot dell'iniziativa ideati e prodotti dagli stessi utenti con l'intento reale di scovare le prossime star della tv"*.

Alla specifica domanda di un collega ("che previsioni di flusso partecipativo avete?"), nessuno dei presenti ha saputo rispondere: perbacco, eccezionali capacità predittive! Il Vice Direttore dei Nuovi Media **Valerio Fiorespino** si è limitato ad enfatizzare che nei primi due giorni di test del sito sono pervenuti 120 "video".

Qualcuno si è domandato che fine ha fatto Serra Creativa, società ad hoc costituita nel lontano 1999, ai tempi della direzione Celli? Forse è una pagina non eccezionale della storia della televisione italiana, ma l'idea, in sé, era giusta e lungimirante. Scaricata la promotrice **Valeria Benatti**, anche l'intuizione, brillante, è stata buttata. A Viale Mazzini, la dinamica di

“buttare il bambino, insieme all’acqua sporca” è purtroppo frequente: ad ogni cambio di direzione generale, di consiglio di amministrazione, ad ogni rimescolamento dell’alta dirigenza... Quante risorse interne, quante professionalità e progettualità sono state sacrificate, nel corso dei decenni, sull’altare degli avvicendamenti politici?! Crediamo si potrebbe reperire materiale per un “libro bianco”, anzi per un “libro nero” (per giocare con il titolo del pamphlet di Mazzetti, alter ego di Biagi)?

E che dire – per altre esigenze di formazione aziendale – di quella struttura che un tempo si chiamava RaiScuola?

E forse una tv pubblica come Rai non dovrebbe ragionare in termini di raccordo e sinergia con soggetti pubblici come il **Centro Sperimentale di Cinematografia** e finanche **l’Accademia Silvio D’Amico**, strutture di eccellenza (almeno istituzionalmente) per la formazione professionale nel settore dello spettacolo?

Solo Baudo ha avuto l’ardire di citare le (peraltro non eccellenti) iniziative della De Filippi, che ha messo in onda “Saranno famosi”, poi ribattezzato “Amici di Maria De Filippi”, fin dal 2002... E sempre il super-pippo nazionale ha ricordato una trasmissione come “Non stop”, risalente al 1977, in onda in prima serata su Rai 1 (allora era la Rete 1), per la regia di Enzo Trapani, con Giancarlo Magalli tra gli autori: vero programma innovativo, nel quale professionisti e debuttanti si alternavano, offrendo esibizioni alcune delle quali sono rimaste nella storia della televisione.

E la Rai, nel mentre, in questi anni, cosa ha fatto, per la formazione dei nuovi talenti???

Ancora una volta, la Rai si dimostra lenta, elefantiaca, tardiva: è stato un “pensionato” come **Mario Maffucci** a domandare a Leone se la Rai avrà la capacità di sostenere la “velocità della rete”...

Gaffuri ha illustrato il progetto enfatizzando come “Nuovi talenti” sia un esempio di “piattaforma aperta alla partecipazione sociale”, nel rispetto di quella multicanalità auspicata dal “contratto di servizio” tra Stato e Rai. Cappon ha addirittura sostenuto che, in un settore nel quale i criteri di cooptazione dei talenti sono spesso discrezionali e caratterizzati da pratiche non sempre nobili (qualsiasi riferimento alla vicenda Saccà è certamente casuale ed involontario), questa iniziativa brilla per la sua trasparenza. Il Dg ha anche parlato del progetto come una sorta di risposta alle critiche che vengono spesso mosse alla Rai in materia di esternalizzazione di una serie di processi produttivi, che tendono a depauperare l’Azienda. Sia consentito osservare che l’iniziativa “Nuovi talenti” è comunque realizzata in collaborazione con la società Arsenale 23, “factory creativa” di Antonio Maccaro e Ernesto Faraco...

Comunque fiduciosi, attendiamo con ansia di vedere cosa uscirà fuori da questa “factory”. Sia consentito nutrire dubbi dettati da scetticismo esperienziale. Però, da cittadini che vogliono una Rai qualitativamente evoluta e da giornalisti che credono nel servizio pubblico, saremo felici di brindare, se saremo smentiti, tra sei mesi o un anno, se da questo “laboratorio” usciranno realmente talenti creativi che contribuiranno ad arricchire ed a svecchiare la

programmazione delle reti Rai.

Consulta il profilo Who is who di:

Angelo Zaccone Teodosi , Presidente di [IsiCult](#) – Istituto italiano per l'Industria Culturale

© 2008 Key4biz

(17 luglio 2008, notizia 186708)

Key4biz.it ®

© 2002-2008 Pegaso Uno - Cooperativa Sociale - ONLUS
Tutti i diritti riservati.