

il commento ➔

LA RAI SIA SCUOLA PER I GIOVANISSIMI

di Igor De Biasio*

In questo periodo di crisi non sono mancate riflessioni sui palinsesti radiotelevisivi, tanto da stimolare richieste per un'offerta di più marcato spessore culturale. I palinsesti RAI si sono già adeguati al momento: tanto è stato fatto, ma si può fare di più. A mio parere, la Rai deve svolgere da subito una triplice missione strategica: accompagnare le famiglie alla bellezza e al pensiero critico, educare i bambini e strutturarsi sin da ora per essere il volano per tutto l'audiovisivo italiano post-crisi. Divulgare la storia e le bellezze dell'Italia e stimolare il pensiero critico sono strumenti che il Paese ha per preparare gli italiani ad essere protagonisti nel mondo. Di conseguenza la Rai dovrebbe da subito aumentare la programmazione che divulghi la bellezza e il pensiero critico a 360 gradi (penso ai programmi di divulgazione di Piero e Alberto Angela, al teatro, all'arte, alla musica, al cinema), individuando nel repertorio Rai i contributi già esistenti e utili a tale scopo, da abbinare a speciali e/o commenti *ad hoc*. Pensando al futuro, il pensiero va subito ai bambini, costretti in queste settimane a restare lontani da scuola. Non tutte le famiglie hanno gli strumenti per usufruire dei corsi online, inoltre lo strumento digitale è meno efficace per i bambini più piccoli. Pertanto la Rai deve declinare una proposta culturale per la formazione delle giovani generazioni, con un supporto rapido e fattivo del Ministero dell'Istruzione, dedicando i canali Rai Scuola, Rai Storia, Rai Premium agli studenti delle scuole primarie e medie, per almeno 16 ore al giorno (2 ore per classe) con le lezioni del/la «maestro/a d'Italia». In questo modo la televisione agirebbe da strumento educativo, con programmi dedicati alle diverse fasce di età, in linea con le lezioni in classe che i nostri bambini hanno seguito fino a poco tempo fa. Queste ore giornaliere di «scuola Rai» per bambino sarebbero anche ore di autonomia per i tanti genitori che lavorano da casa, e

agevolerebbero la loro produttività. Infine, guardando alla ripresa, è necessario disegnare una strategia che renda la Rai «spina dorsale» della produzione audiovisiva nazionale, aperta più di prima a contributi 100% italiani, di talenti, idee, partner, società produttrici e dedicando loro ingenti risorse del proprio budget di spesa con una parte importante mirata ai nuovi fornitori e nuovi talenti. L'Azienda potrà così assumere un ruolo centrale, dal cinema alla fiction, dalla tv generalista a quella specializzata, dalla tv per ragazzi alla radio. Rai diverrà così il principale investitore nel settore e un potente catalizzatore di idee provenienti da tutti i territori, aprendosi alle eccellenze con le quali sino a oggi non aveva ancora lavorato. In tal modo la Rai sarà ricordata come l'azienda culturale che ha saputo trasformare il momento di crisi del Covid-19 in un'opportunità di crescita per tutto il Paese: famiglie, adulti, bambini e imprese dell'audiovisivo italiano.

**Consigliere di Amministrazione Rai*

