



Stefano Ribaldi

Ex-Responsable Rai Scuola (Rai Escuela)

Apuntes de cultura a través de los ojos de Stefano Ribaldi

Realizada por: Martina Ferrucci (Sapienza Universidad de Roma)



En el período histórico en el que estamos viviendo, la educación, por un lado, y la amplia difusión de contenidos de carácter cultural por otro lado, son procesos extremadamente complejos y articulados que no pueden y no deben ser considerados únicamente una prerrogativa de agencias tradicionales de socialización (familia, las instituciones educativas y grupo de iguales). El rápido progreso y su difusión en medios digitales a gran escala, de hecho, juegan un papel nada despreciable en las dinámicas de difusión del

conocimiento y la democratización cultural de acceso a los saberes. Sin embargo incluso hoy en día, con la velocidad del desarrollo tecnológico y su difusión en medios digitales a gran escala, la televisión no sólo ha reafirmado su papel en una comunicación “democrática” en términos de acceso a la información, sino que se sigue mostrando como un medio capaz de activar procesos de transmisión de la cultura, los valores y normas de comportamiento. En la pequeña pantalla en definitiva, sigue creciendo de manera efectiva el imaginario colectivo de sus usuarios, a través de la activación de los mecanismos orientados a su integración y la de los mundos sociales a los que pertenecen. En este sentido no son nodos temáticos irrelevantes, los contenidos que valoran y reflexionan sobre la adecuación (o no) de hacer frente a la crisis y a las sacudidas de nuestro tiempo dada la calidad y cantidad de los mismos. No es casualidad de hecho, que el debate público sobre todo en los últimos tiempos, se haya dedicado a espacios de discusión a veces en tono muy duro, en cuanto a la abdicación del Servicio Público de Radiotelevisión en su misión de formación y transmisión cultural.

Sin embargo, en el caso específico italiano la finalidad

social, cultural y educativa de la televisión del Servicio Público de la Rai, no sólo viene repetida por la misión establecida en el Contrato de Servicios de la Rai, sino que también constituye las raíces en las que el Servicio Público surgió y se desarrolló. En pocas palabras, el Servicio Público italiano nace y se difunde con claros fines pedagógicos, siguiendo y persiguiendo un modelo en el que convivieron casos de gran valor educativo desde el punto de vista tanto social como cultural. No es casualidad que el calendario del “Primer Canal”, desde el día de la inauguración de las emisiones de la Rai, el 3 de enero de 1954, se estructurase en base a programas y contenidos de carácter cultural y educativo. Así, se iniciaba con *L’orchestra delle quindici* (*Orquesta de las quince*) porque se emitía a las 15.00 horas, seguida de la película de Mario Soldati a las 17.30 horas, *Le miserie del signore Travet* (*Las miserias del Señor Travet*), y finalizaba a las 19.00 horas con el primer programa cultural en la historia de la televisión italiana, el editorial *Le avventure dell’arte* (*Las aventuras del arte*): *Giambattista Tiepolo*, dirigida por Antonio Morassi, que presentaba la exhaustiva vida de los pintores italianos. A partir de ese momento, y en los primeros diez años de su historia, la Rai ha acompañado a su público a través de programas educativos diseñados para recuperar las carencias escolares, la pobreza, el lenguaje y el déficit cultural.

La llegada de la televisión comercial sin embargo marcó el fin del monopolio, junto a la crisis del “modelo pedagógico” y, desde los años ochenta la presión de la competencia y de la carrera por atrapar audiencias. La instancia pedagógica de la Rai tuvo que hacer frente a la competencia cada vez más feroz de las redes privadas. En esta etapa particular de su evolución, la televisión pública tuvo que volver a pensar en lo

que desde el principio ha sido su sello distintivo: el carácter educativo. Surge por tanto la necesidad de superar el modelo televisivo “escolástico” centrado en el modelo del Maestro Manzi *Non è mai troppo tardi* (*Nunca es demasiado tarde*) (1), un proyecto destinado a aumentar las habilidades y conocimientos escolásticos del público, niños y adultos, a favor de una televisión que equilibrase formación y entretenimiento. El resultado de este período de experimentación, recogido en algunos textos de la historia de la televisión *Laboratorio degli anni 80’* (Ver Morcellini & Gavrila, 2015), parece conducir a una reinterpretación de la dimensión educativa de la Rai, que en cierto sentido, comienza a asumir los rasgos de la más penetrante omnipresencia, después de todo menos definida de la cultura. Es decir, la cultura por primera vez sale de espacios genuinamente culturales y entra en los programas de entretenimiento, en las novelas, en los programas de entrevistas, y en otros muchos.

Sin embargo, desde 2012 completar la transición de la televisión analógica a la televisión digital terrestre, ha hecho posible un aumento considerable de canales (la Rai, hasta la fecha cuenta con 14 canales en la DTT), y como resultado se ha producido la expansión del ramo de todo el contenido del lenguaje de la televisión. En este sentido, por lo tanto, la multiplicación de posibilidades transmitidas por la DTT y la consiguiente segmentación y focalización de la oferta, ha supuesto la recuperación y la valorización de contenidos específicos y explícitos de vocación cultural, con la constitución de canales temáticos. Ya en 1975 en la Rai se estableció con Rai Cultura (anteriormente conocida como la *Rai Educational*, abreviado *Rai Edu*), una estructura que supervisa el área “Cultura” tanto a través de la creación, como de la compra de programas culturales que van desde la música clásica a la



prosa. *Rai Cultura* gestiona además el *canal Rai 5*, *Rai Scuola* (antes *Rai Edu 1*) y *Rai Storia* (antes *Rai Edu 2*). Juntos, los tres canales, comprenden las diversas áreas del conocimiento. Específicamente, *Rai escuela* se dedica a la enseñanza de nivel primario y secundario con las enseñanzas relativas a los idiomas, ciencias y mucho más.

En resumen, aunque de los años cincuenta a la actualidad, los cambios han sido considerables en el modo de representación y la restitución de los contenidos educativos, las cifras de audiencia muestran una continuación de la relación entre el público y la Rai. Sin embargo, es en el ámbito comunicativo de cross-media, donde se advierte la necesidad de volver a discutir la misión educativa del Servicio Público con miras a la renovación de sus objetivos, modelos e idiomas. Pero para realizar el cambio en los intereses de la modernización, es necesario comprender el rol de los contenidos culturales que hoy presenta la Rai.

En este contexto, Stefano Ribaldi, (el que fuera por mucho tiempo responsable de *Rai Scuola*), fue entrevistado para abordar esta cuestión desde una perspectiva multidisciplinar.

1. ¿En este momento de crisis y de transición, que tiene importantes repercusiones en la inversión en materia de educación o formación, cuál es el rol de la cultura para la Rai?

A pesar de los cambios que estamos viendo, la televisión pública sigue y debe seguir dedicando espacio y calidad significativa a favor de la educación, especialmente en tiempos de crisis económica, lo que inevitablemente impone recortes y restricciones también en los sectores sociales históricamente dedicados a la cultura. Sin embargo, la televisión no debe ser un

sustituto de las instituciones más o menos latentes: la televisión pública es una de las más grandes instituciones culturales del país y, por tanto, debe fijar el objetivo de formar e informar a su audiencia. Sin embargo en las metas, se vuelve cada vez más agobiante. Ello en un entorno en donde las personas sienten la necesidad de volver a encontrar puntos de referencia y de valores relacionados con la tradición.

2. No es casualidad, de hecho, que existe un consumo cultural en aumento, y que los ámbitos más significativos donde este consumo destaca es en los teatros, conciertos de música clásica, exposiciones y museos. Este enfoque de productos relacionados con un contenido cultural tal y como se entiende tradicionalmente, puede resultar de los efectos y las consecuencias de una modernidad que ha traicionado sus promesas. En un escenario de crisis, no solo económico, sino también de los valores, y la pérdida de puntos de referencia, las personas tienden a elegir contenidos culturales de calidad, y a fomentar la dimensión espiritual y el redescubrimiento de las tradiciones (Ver Morcellini&Gavrila, 2006). Es decir los datos de consumo (Censis/UCSI, 2015), describen una nueva temporada en la que se ve al público dispuesto a volver a los productos de consumo cultural vinculados a la calidad y el ámbito educativo. ¿Cómo cambiar el público al que se dirige a la Rai? ¿En qué medida se mantiene la vocación por la educación de Servicio Público?

Especialmente en un período de gran transformación y personalización de contenidos y plataformas a buen término, el Servicio Público debe seguir dedicando una parte importante de su programación a la actividad de la educación y la profundización, teniendo sin

embargo en gran consideración, los cambios históricos culturales y sociales que estamos presenciando. Solo la cultura no es suficiente, no se puede imaginar un retorno al modelo pedagógico que ha caracterizado la infancia del Servicio Público, ya que hoy en día, Italia no se muestra como una sociedad débil (como la de los años sesenta), pero sí tiene un tejido social que está configurado por su complejidad, heterogeneidad que tiene muchos intereses, necesidades; que tiene su propio idioma. Pensando en hacer de nuevo *Non è mai troppo tardi* (*Nunca es demasiado tarde*), sería una locura, incluso cambiar el tema de la lengua italiana y desarrollarla, por ejemplo, en el lenguaje de la alfabetización digital. De hecho, en esta dirección, se han hecho algunos pequeños experimentos. Tomemos por ejemplo los programas *Divertinglese* y *Generación Digital*. Lo que la Rai tiene que hacer es buscar nuevas ideas para atraer audiencias para los jóvenes, para dirigir y capacitar los valores que a veces son o han sido olvidados.

3. ¿Cómo cambia entonces, la función educativa de la Función Pública y cómo es el cambio del lenguaje de la cultura, contra la transformación social?

Para superar este *impasse*, la función pedagógica de la Rai debe ser renegociada hasta convertirse unida y asociable con la industria del entretenimiento, para madurar hasta el punto de contraer un matrimonio entre el contenido de carácter educativo y las necesidades de evasión y entretenimiento del público. Hacer cultura es también entretener, no veo este dualismo entre el entretenimiento, por una parte, la educación y la cultura, por el otro. Ambos aspectos son tarea específica del Servicio Público: entretener formando a

las generaciones más jóvenes y al público a una cultura más amplia y atención a los contenidos de valor y calidad. Debemos insistir en no dividir la función cultural de la televisión con aquella de entretenimiento. Una vez más, el público ha cambiado. En los años cincuenta había que unificar Italia que tenían graves problemas en el lenguaje y también unidad cultural. Los problemas de hoy son diferentes. Tenemos que tratar de conciliar la actividad cultural con entretenimiento: si yo hiciera solo programas culturales, nadie querría verlos. Tienes que encontrar una forma de entretenimiento educativo, se puede abarcar ambos aspectos. La idea de que el público debe ver un programa cultural como si se tratara de una pastilla, aburre, creo que es una vieja idea. Es posible que, de hecho, se deba entretener educando y haciendo cultura, de lo contrario sería una locura.

4 ¿Cómo se imagina un producto educativo que responda a las necesidades del público?

Imagino productos ligeros, adaptados también para las tardes, pero que tengan un contenido cultural importante que no separe los contenidos de los lenguajes educativos con aquellas que se adaptan al entretenimiento. No tendría sentido, ni capacidad de atracción. Especialmente para la generación más joven. Tenemos que razonar con los nuevos modelos, una televisión diferente, que sea una televisión de flujo, como la de los años noventa, como MTV y tener la capacidad para obtener ideas e inspiración de los modelos que hizo un llamamiento a las generaciones más jóvenes. Es decir actualizarse. Obviamente, la búsqueda de nuevas ideas, de modo que no sean en ningún modo estériles y contraproducentes; se necesita contar con



profesionales capaces de ver cómo aplicar la creatividad y la originalidad en el periodo de transición.

La Rai, con sus lenguajes y su potencial, puede ponerse todavía a la altura de los tiempos para desarrollar una emisión especializada (broadcast), y los desafíos que plantea el mundo de hoy, siempre que invierta en la realización y el desarrollo de un rol cultural adecuado en la promoción de la conciencia y la responsabilidad de los espectadores. Porque la función pedagógica de la televisión no puede ser vinculada a la de los viejos programas de televisión de monopolio del Estado, sino que debe tener un componente de servicio público de radiotelevisión; no un tipo de género, sino un lenguaje adecuado para el acompañamiento de las personas en la complejidad de la modernidad.

Notas

(1) Non è mai troppo tardi. Istruzione popolare per il recupero dell'adulto analfabeta y la transmisión dirigida por Oreste Gasperini, Alberto Manzi y Carlo Piantoni, que se emitió (de 1960 a 1968), en retransmisión diaria en Programa Nacional de la Rai, organizado con el apoyo del Ministerio de la Instrucción Pública.

Referencias:

- Censis/Ucsi (2015). XII Rapporto sulla comunicazione. L'economia della disintermediazione digitale. Milán: FrancoAngeli.
- Gavrila, M. & Morcellini, M. (2015). RAI narra-tes Italy: Current affairs, television information and changing times. *Journal of Italian Cinema & Media Studies*, Vol. 3, numbers 1&2; 81-97.
- Morcellini, M. & Gavrila, M. (2006). Mediaevo vs Tecnoevo. Il mondo nuovo dei consumi culturali, en Morcellini, M. (Coord.). *Il mediaevo italiano*. Industria culturale, tv e tecnologie tra XX e XXI secolo. Roma: Carocci.