

MADE IN RAI

Il Servizio Pubblico

riparte da **NOI**

Le Sedi Regionali

La **FISTel – CISL** unitamente alla **CISL**, in condivisione con il **Coordinamento nazionale delle RSU RAI**, dopo l'audizione in Commissione di Vigilanza RAI, ha redatto un documento programmatico sulla RAI al quale segue l'iniziativa - **Made in RAI - il Servizio Pubblico riparte da NOI** -, suddivisa in più incontri nel corso dei quali saranno avanzate proposte sul tema di riforma della RAI, dell'offerta editoriale, del mercato pubblicitario, dell'area produttiva TV, della RADIO e della trans-medialità.

Il presente documento è il primo risultato del confronto effettuato lo scorso 2 luglio, riguarda la situazione delle Sedi Regionali, la "digitalizzazione delle news" quale opportunità di rilancio del ruolo fondamentale delle Sedi Regionali.

La RAI non è in crisi, lo è solo un certo tipo di dirigenza. Quella basata su una visione e una gestione individualista e clientelare. Chiusa su se stessa, incapace di aprirsi all'immaginazione, alla creatività, all'innovazione collettiva.

Il Web 2.0, i social network e la generazione digitale stanno imponendo nuove pratiche, più aperte, più partecipative, più trasparenti. Una cultura fatta di condivisione, reputazione e collaborazione.

Una generazione (quella digitale) diversamente presente (e intelligente). Forse un po' più superficiale ma con un'aggregazione esponenziale. Il digitale, infatti, è una sorta di gene delle idee, che tutto contamina e coinvolge. Piaccia o no la rete è il nuovo sistema nervoso della società.

La gente non è più d'accordo di stare a guardare, di ricevere passivamente prodotti e notizie. Vuole farsi sentire e partecipare all'azione, e ora ne ha gli strumenti.

Sono le persone che - con la loro intelligenza fluida – danno forma e significato a un mondo che è diventato incontrollabile. Ricco di nuove possibilità, ma anche di variabili che procedure organizzative e algoritmi meccanici non riuscirebbero a decifrare e a governare.

Ma le persone possono usare la loro mente in modo flessibile e creativo perché fanno parte di una cultura, usano circuiti di scambio e condivisione delle conoscenze che li legano ad altre persone e a storie collettive. E, per stare in questi circuiti, devono usare una razionalità che non è solo

strumentale, ma mette in conto il punto di vista dell'altro, le capacità di convincerlo, la costruzione di sistemi di relazione stabili e affidabili, in cui la condivisione etica e di responsabilità è tutt'uno con l'assunzione di rischi e di costi comuni.

La condivisione di idee e significati emergenti dall'interazione sociale nasce da una circolazione a scala ampia di immagini, emozioni e saperi che vengono fatti propri da milioni di individui, dando luogo a una vera e propria mente collettiva, che scambia rapidamente stati d'animo e visioni progettuali tra le sue varie unità, distribuite in spazi sempre più ampi.

Emergono così comunità, social network, reti (filieri, distretti industriali, imprese-rete e altre forme di collaborazione) che plasmano il mondo della produzione e raccontano a tutti noi i suoi modi di essere e di significare.

La produzione di valore si scopre, nuovamente ricca di persone e di relazioni.

Stiamo passando da un'era di produzione di massa a un'era di innovazione di massa. L'innovazione corrisponde all'ethos creativo e democratico del nostro tempo.

Il futuro non è più un esercizio di esperta previsione ma di collettiva progettazione

Nel prossimo futuro, per cercare nuove opportunità di sviluppo diverrà essenziale l'incontro tra la cultura, la conoscenza e l'innovazione, la valorizzazione e la comunicazione. Si manifesterà una crescente propensione al confronto, alla partecipazione e alla creazione di reti.

Si svilupperà sempre più un mondo della relazione e del "pensare insieme", non solo per effetto delle nuove tecnologie, ma anche per il bisogno di recuperare le capacità di immaginazione e di passione collettiva che una volta venivano offerte dalla vicinanza fisica e dalla massificazione delle abitudini e dei simboli sociali. Questa tendenza dovrà essere occasione per una radicale riorganizzazione della RAI e della sua offerta editoriale.

Il cammino verso il cambiamento è cominciato e durerà a lungo, dobbiamo imparare a viverlo, senza paura e senza impazienza, come una scommessa che si può vincere mobilitando le capacità che già abbiamo, ma non sempre sappiamo di avere.

Dobbiamo scegliere se il Servizio Pubblico deve continuare ad essere lo specchio della società o divenire autore della società.

Gli strumenti cognitivi utilizzati fino ad oggi da dirigenti e Azienda per progettare il futuro appaiono inadeguati e statici, ancorati a regole non più attuali, utili solo a delineare prospettive convenzionali, per un'azienda senza identità, senz'anima, destinata a sbiadire.

L'incertezza e l'ambiguità di un "paesaggio" complesso possono indurre paralisi e impedire la crescita. Il rischio, per chi non intuisce il futuro, è di subirlo.

Il Servizio Pubblico del futuro è una RAI che democratizza i processi gestionali e re-interpreta la sua funzione di presidio identitario del Paese. Si basa sulla co-progettazione. Coinvolge cittadini, dipendenti, fornitori, concorrenti.

Il futuro ci chiede di stimolare e governare la circolazione di questo talento collettivo.

Made in RAI nasce da un confronto pubblico per rendere sistemico il complesso fenomeno del NOI, per aprire un varco verso il futuro, per sperimentare utilità, impulsi, spunti, da maneggiare rigorosamente a cervello e cuore accesi.

Made in RAI è la nostra risposta, un "luogo" in comune per dare impulso e consolidare idee, pensieri e azioni sul tema dell'innovazione e sul ruolo delle Sedi Regionali nel Servizio Pubblico, anche per replicare al luogo comune della crisi.

È un primo passo, l'avvio di un sistema aperto, molteplice e continuo, fatto di storie e stimoli da e per chi fa innovazione. È anche la messa a fattor comune di metodologie ed esperienze, sperimentando sul campo, con decisione e semplicità, l'applicazione di approcci collettivi.

Made in RAI è un modo diverso di fare Servizio Pubblico, concepito da persone per le persone, in cui le differenze tra individui, luoghi, storie e racconti, sono intrecciate in un circuito "vivo" capace di combinare le tre forze produttive che danno forma al nostro futuro: il senso, il legame e il valore.

Oggi la RAI deve avere il coraggio di cercare nuovi modelli di analisi per interpretare il suo futuro: deve tornare a immaginare. Significa vedersi in una nuova storia e visualizzare nuovi perimetri di senso per sé, per i cittadini e per i lavoratori.

Immaginare richiede decisione, creatività, scambio di idee, di visioni, di impulsi progettuali che emergono dalle esperienze e dalle attese delle persone e dall'azienda.

Immaginare richiede di stimolare la partecipazione collettiva (**NOI**) per sperimentare nuove direzioni, per cogliere nuove sfide, per rendere la visione strategica concreta, tangibile, reale.

Immaginare richiede coraggio, individuare nuovi scenari, dare forma al futuro, fare il design del futuro.

Immaginare è vedere

Non con gli occhi, ma con la testa e con il cuore

Avere "visione", significa avere un'immagine forte della direzione in cui si sta andando è il solo possibile vettore di trascinarsi e di motivazione delle persone. Un'immagine comune che sia viva, potente e compatibile con quelle di tutti: utile e concreta proprio perché, se le persone la riconoscono, possono quotidianamente ricorrere a essa per far fronte a qualsiasi incertezza.

È una questione di delega, di responsabilità: il mondo è troppo veloce ed esponenzialmente complesso per poter dire a ogni persona cosa fare ogni minuto, né è possibile affidare ai dogmi delle procedure il compito di prendere le decisioni.

Occorre un macro orientamento, occorre investire sulle persone del ruolo di protagoniste di se stesse e dell'Azienda tutta. Spingerle a pensare, ad attivarsi, a sollevare critiche intelligenti, a aprire il "kit di sopravvivenza" dell'immaginazione collettiva per scoprire al suo interno il proprio talento e la propria expertise, anche quando questa va contro le regole stabilite.

In questo senso, l'immaginazione collettiva è anche risorsa strategica: non c'è la necessità di avvalersi di costose consulenze e collaborazioni esterne quando, si ha tutto "in casa". In fase operativa, ragionare per "NOI", per network, scardina i passaggi di collegamento superflui.

Le Sedi Regionali, oltre alla loro esplicita, ma non scontata vocazione produttiva, da sempre sono considerate dei veri e propri laboratori di sperimentazione sul campo, testando tecnologie innovative per sviluppare nuove concezioni e tecniche di ripresa, trasmissione e diffusione, di qualità delle immagini e dei suoni e di innovazione delle scenografie, come pure l'impiego di nuovi materiali. Azione ancora più rilevante che la maggior parte delle esperienze/tecniche messe a punto dalla della RAI sono divenute "scuola di pensiero" e adottate dal settore audiovisivo nazionale ed internazionale.

Questo ha portato ad una specializzazione del territorio in cui la tecnologia stimola la creatività e le vocazioni professionali, che rimangono patrimonio dell'azienda legato al territorio, qualificandolo come "distretto produttivo" d'eccellenza, luogo di ricerca e di sedimentazione delle conoscenze sul campo come luogo di riflessività, che non si modifica e si riproduce in tempi brevi.

Nel panorama produttivo italiano la Rai è una delle organizzazioni che meglio può essere rappresentata e definita come una Rete organizzativa. Oggi è una Rete più di fatto, generata progressivamente nel tempo, che governata, basata sulla scelta di linee guida esplicitate e condivise.

La Rai è un'azienda che ha sviluppato negli anni una modalità produttiva e gestionale reticolare dove, accanto alle molte attività gestite centralmente dalle sedi localizzate nel territorio romano, molte delle produzioni di informazione e intrattenimento hanno trovato la loro naturale collocazione nelle Sedi Regionali, diffuse in tutto il territorio nazionale.

Questa sua connotazione organizzativa, legata al territorio, le deriva dalla sua essenziale funzione di azienda che deve essere, allo stesso tempo, gestita con logiche di mercato ma anche attenta a non contraddire la sua funzione di servizio pubblico, quindi ad essere sempre in ascolto vigile del territorio nazionale e non solo.

Da molto tempo le Sedi Regionali, sono attraversate da un'azione sistemica di disgregazione, lenta e inesorabile, che sta svilendo e compromettendo irrimediabilmente le loro capacità e funzioni fondamentali: ideative, professionali, tecnologiche e realizzative.

In questi anni le condotte di disinvestimento, sono state da principio sfuggenti e complementari alle attività fondamentali delle Sedi, in seguito, inseguendo l'evoluzione del settore e le particolari inclinazioni connesse alle crescenti e ingenti risorse economiche a disposizione, hanno dato origine ad una progressione nelle politiche di gestione e di ridimensionamento delle realtà produttive aziendale sul territorio.

La scelta delle location produttive, non ha più seguito il sano principio del pieno utilizzo delle risorse interne, bensì ha inseguito il modello del "chiavi in mano" a sostegno di interessi corporativi e "lobbystici".

"IncurSIONI esterne" di scelta industriale, di cui rimangono ancora oggi oscuri i fattori che le hanno stimulate e lasciato i tangibili segni del disfacimento delle risorse interne, si è assistito ad una rapida digressione di tutto il sistema, riprese interne/esterne, postproduzione, manutenzione degli impianti, catalogazione e archiviazione del materiale audiovisivo e scelta degli investimenti tecnologici.

Il risultato ha portato a un accentramento delle attività sulle sedi di Roma a discapito delle altre realtà territoriali, al successivo e importante ricorso a contratti di appalto e noleggio per mantenere gli impegni vincolati su Roma a risorse interne saturate, all'impoverimento delle sedi periferiche e ad un arretramento dell'organico, rendendo ancora più complicato e disorganico l'utilizzo delle risorse interne siano esse infrastrutturali, tecnologiche e professionali.

La percezione e la convinzione d'inevitabilità della RAI del ricorso agli appalti e alla quasi totale confluenza di tutti i processi lavorativi e produttivi su Roma, hanno portato fuori controllo il buon governo delle "Sedi Regionali".

Tutto questo, in assenza dei primi significativi provvedimenti sistemici adottati dall'attuale vertice aziendale, avrebbe depauperato fatalmente, senza via di ritorno, il valore e la specificità del servizio pubblico nelle sue articolazioni regionali, costituendo una minaccia alla garanzia di pluralismo nella sua forma più concreta e vitale cioè quella tecnica, professionale e produttiva e messa in discussione la sua funzione di agente innovatore, di sviluppo industriale e culturale.

L'acquisizione dello standard digitale di produzione nel confezionamento delle news pone infatti figure professionali tra loro assai diverse, quali i giornalisti e alcune figure tipiche del personale tecnico (operatori, montatori, tecnici), nella condizione di interagire con apparati tecnologici che mettono in campo la possibilità di ridelineare contorni professionali tradizionalmente consolidati. Sta introducendo una ibridazione delle competenze, incrementando tendenzialmente il contenuto di quelle tecnologiche ai giornalisti, ai tecnici una maggiore consapevolezza dei linguaggi specifici del prodotto editoriale radiotelevisivo e multimediale.

Occorre agire con incisività per cambiare la RAI, occorrono proposte ed azioni organizzative, produttive e tecnologiche, professionali.

Occorre definire un modello organizzativo delle Sedi Regionali più agile che preveda una significativa esemplificazione dei livelli decisionali e di responsabilità in cui il merito e risultati siano elementi qualificanti e discriminanti, una maggiore sinergia con le aree editoriali e produttive, occorre ridefinire nuove rigorose regole e modalità di produzione dei programmi

all'insegna della razionalizzazione dei costi di produzione e dell'utilizzo delle risorse interne e di un maggior coinvolgimento delle Sedi Regionali.

Occorre un'inflexibile pianificazione nell'uso delle risorse interne che non consenta a soggetti esterni di condizionare il processo produttivo aziendale, dando origine ad un incremento dei costi e intralcio al regolare svolgimento delle attività lavorative e alle responsabilità assegnate.

La RAI deve in linea di tendenza fare maggior ricorso all'autoproduzione, anche per ottimizzare l'utilizzo delle risorse interne produttive e umane. Il processo produttivo radiotelevisivo deve essere governato diversamente, essere valutato in un processo di pianificazione industriale finalizzato all'efficienza produttiva.

Il tema della disparità tra qualifiche contrattuali e mansioni effettivamente ricoperte introduce ad un aspetto rilevante, quello della classificazione professionale. Uno dei fattori che fanno pensare a una codifica ancora scarsa delle professionalità è proprio la mancanza di accordo che ridefinisca competenze e responsabilità.

Inoltre gli ambiti di attività delle singole figure finiscono sempre per essere plasmati e ridefiniti, al di là delle "job description" contrattuali, dalle effettive competenze ed esperienze dei singoli che le ricoprono.

Appare evidente che alcuni "mestieri" sono per loro natura sulla linea di confine tra ambito tecnico e creativo, la digitalizzazione ha infranto spesso non solo il confine tra pre-produzione, produzione e postproduzione, ma anche quello tra ambito editoriale e tecnico, sfumando la tradizionale barriera tra progettazione e realizzazione.

Occorre affrontare il tema delle professionalità, non più in termini di singoli ruoli, ma in termini di competenze. L'area in cui questo processo è più visibile è quella delle newsroom digitali, in cui i giornalisti tradizionali sono chiamati ad occuparsi in prima persona anche della fase realizzativa, e nelle neonate figure ibride.

Il tema della divisione del lavoro ha una ricaduta anche nella produzione audiovisiva, e un impatto significativo sulle competenze richieste ai lavoratori.

Occorre promuovere il 'Sistema Paese' e dare visibilità alle eccellenze dell'Italia, al suo patrimonio artistico e culturale coinvolgendo le Regioni "per promuovere la rete di interessi regionali e presentarne le specificità".

Un progetto totalmente interno, sul quale la RAI possa ritrovare le motivazioni della sua funzione di Servizio Pubblico e ridare importanza e fiducia alle professionalità interne, riscoprendo le sinergie tra territorio e Direzione.

La tecnologia quale mezzo di “de-spazializzazione geografica” ideativo/produttiva atto a favorire e ottimizzare il pieno l’utilizzo delle infrastrutture aziendali tutte, come se fossero un unico Centro produttivo. Si rammenta che le Sedi Regionali, una volta in rete potenzieranno le capacità di post produzione nazionale di circa 100 sale di montaggio, con la conseguente possibilità di riduzione degli appalti.

Situazione attuale

Le sedi regionali, a breve, saranno interessate al cambiamento radicale dei processi produttivi del lavoro, equiparabile come impatto organizzativo e di formazione, alla nascita della terza rete Rai tramite i Telegiornali Regionali: il passaggio a nuovi sistemi di produzione e messa in onda interamente digitalizzati.

All’approssimarsi dello switch –off per la prima Sede regionale, quella del Molise, dopo la presentazione sugli esiti del c.d. “cantiere” full digital” ai sindacati, rimane disattesa la richiesta avanzata dalla **FISTel – CISL** di discutere per tempo, prima dell’entrata in esercizio del sistema digitale nel processo produttivo delle Sedi Regionali, l’indifferibile e obbligatoria revisione del modello organizzativo e professionale delle sedi regionali.

Le significative problematiche in ordine a ruoli, responsabilità e procedure operative rilevate nell’implementazione dei sistemi nelle Testate Nazionali, ancora oggi in parte rimaste irrisolte, ci impegnano a evitare il ripetersi di tale situazione a tutela dei lavoratori da noi rappresentati.

Occorre necessariamente avviare un serrato e congiunto confronto con tutte le organizzazioni sindacali, compresa quella dei giornalisti, per la definizione di un modello organizzativo e produttivo ex-novo per le Sedi Regionali.

Nei mesi scorsi la **FISTel – CISL**, nell’ambito degli incontri della Commissione Sedi Regionali, si era già espressa con estrema chiarezza in merito ai temi afferenti il processo di “digitalizzazione Sedi” alla necessità di ricercare diverse e concrete soluzioni di riconfigurazione professionale sia per il rientro degli appalti per le riprese TV dei TG, formulando una puntuale proposta sindacale.

Come noto il confronto della Commissione Sedi Regionali è stato indirizzato dall’Azienda esclusivamente al riconoscimento di alcuni passaggi di livello a sanatoria degli impegni presi per Buongiorno Regione, eludendo il sano e costruttivo confronto sul riordino organizzativo e produttivo delle Sedi Regionali..

L'assenza del confronto tra le Parti in ordine ai processi di innovazione delle Sedi Regionali, l'insipiente e passivo atteggiamento aziendale sul tema delle riforme interne, inquieta sindacato e i lavoratori e non può lasciarci interdetti e disinteressati, pensiamo sia in gioco il futuro della RAI - Servizio pubblico e delle sedi regionali.

La **FISTel - CISL** si è attivata verso l'azienda e nelle sedi che riterrà più opportune, affinché si affronti in modo sistemico lo sviluppo tecnologico e il ruolo delle Sedi Regionali.



CISL
La Cisl Unisce