**Comunicato n.108 del 07/06/2001**

**Un passo avanti o…**

I fatti delle ultime settimane hanno amplificato una condizione di malessere che non meritiamo e che non vogliamo più subire.

Dopo aver dimostrato ancora una volta professionalità e dedizione sarebbe fare un torto all'Azienda non dedicarci alla riflessione, all'analisi ed a trarre le dovute conclusioni.

Abbiamo appena superato un periodo infernale o così crediamo, ma riflettiamo… E' stato solo un momento di picco? In un momento di picco sono giustificabili le stesse decisioni e quei comportamenti?

La risposta è no! Non c'è stato niente d'imprevisto, niente di non pianificato, niente di non voluto e certi comportamenti non sono giustificabili mai perché sono controproducenti.

L'analisi ci obbliga allora a valutare se queste scelte siano condivisibili.

La risposta è: non sono condivisibili!

La logica di mercato in Europa va nel senso della costruzione di prodotti ad alto contenuto tecnologico e professionale, e da noi nonostante le chiacchiere la formazione continua ad essere assente. Le direttive impartite perseguono l'obiettivo della quantità a danno della qualità e rendono casuale ed angosciante ciò che è semplice.

La stessa logica prevede che ad un aumento delle commesse corrisponda un aumento dell'organico e non viceversa. (E' mediamente di due anni il tempo necessario a formare un tecnico neoassunto)

La logica medesima richiede una sana gestione dei mezzi, il loro affidamento a personale responsabilizzato e un po' di manutenzione, non l'abbandono alla quotidiana rapina da parte del primo che passa in cerca di apparati che servono da un'altra parte.

La logica del servizio pubblico prevede poi che, anche in contrasto col mercato, vengano privilegiate le trasmissioni più istituzionali e per privilegiate intendiamo realizzate da noi con i mezzi Rai, considerato che le nostre squadre esterne garantiscono un prodotto superiore all'appalto e servono a trasmettere l'idea di pubblico servizio.

In proposito noi condividiamo l'idea che il servizio pubblico debba evitare:

* che il mercato lasciato a se stesso non assicuri la diversificazione e la pluralità nella sfera della comunicazione.
* Evitare il rischio che a chi più paga vadano i programmi migliori, a chi meno "la spazzatura".
* Assumere un ruolo esplicito nella definizione del concetto d'identità nazionale e locale che giustifichi il pagamento del canone. (dal Corriere della Sera del 5 Maggio 2001 "Quando il video è un bene pubblico")

La conclusione ci costringe a sostenere che le Riprese Esterne sembrano collassare verso un'idea personale di mercato, che il disordine organizzato, il disservizio, le scelte operative e le clientele gestionali si ripercuotono sui lavoratori, sulla reputazione delle B.U. e sulla Rai, che il perseguimento di questa idea di servizio pubblico segue volontà politiche arretrate e ritirate (ddl 1138) ed assolve, i teleutenti che non pagano l'abbonamento.

Riteniamo in conclusione che fin quando le linee direttive resteranno queste non ci troveranno d'accordo e ci convincono che invece di un passo avanti ne sono stati fatti:**…due indietro**

***Il direttivo***