

Dossier

Giuseppe Richieri Professor de la Facoltà di Scienze della Comunicazione de la Università della Svizzera Italiana, Lugano

■ La RAI: situación actual y perspectivas

La organización de la RAI se halla en una fase de transformación profunda. Esta nueva ordenación debe permitirle una mayor capacidad para actuar en un mercado en evolución constante. Sus objetivos son mantener el desarrollo de la empresa, iniciar un proceso de mejora estructural de la gestión y perseguir una política de alianzas en la oferta temática y el multimedia.

■ The RAI: the situation today and the outlook for the future

The RAI is currently undergoing a process of major change. Its new structure should give it a greater ability to act in an ever-changing market. Its objectives are to maintain the company's growth, to initiate structural improvements in management and to pursue a policy of alliances on the range of themes on offer and on multimedia.

■ La RAI: situation actuelle et perspectives

L'organisation de la RAI se trouve dans une phase de transformation profonde. Cette réorganisation doit lui permettre une plus grande capacité pour agir dans un marché en évolution constante. Ses objectifs sont le maintien du développement de l'entreprise, le démarrage d'un processus d'amélioration structurelle de la gestion, et la poursuite d'une politique d'alliances quant à l'offre thématique et au multimédia.

La RAI: situación actual i perspectives

La Rai és el principal operador radiotelevisiu italià i un dels de majors concessionaris públics d'Europa. A ella se li ha confiat en exclusiva el servei públic de difusió circular dels programes radiofònics i televisius amb qualsevol mitjà tècnic. És una societat anònima de propietat de l'IRI*1 (99,55%) i de la SIAE –Societat Italiana d'Autors i Editors (0,45%)–.

El personal de l'empresa ha patit en el curs dels darrers anys un procés de racionalització que l'ha portat a passar de comptar amb 12.173 persones el 1993 a 10.775 el 1997.

Composició del personal de la Rai a 31/12/97

Dirigents	360
Quadres	1.040
Periodistes	1.662
Empleats	7.510
Personal divers	183
Personal total	10.755

Organització de les activitats

La Rai desenvolupa la seva activitat segons els acords establerts pel contracte de servei definit en l'àmbit del conveni amb l'Estat; amb les directrius definides per la Comissió parlamentària per a les línies generals i tenint cura dels serveis radiotelevisius, i sota el control que exerceix l'Autoritat per les garanties en les comunicacions i normes sobre els sistemes de les comunicacions i la radiotelevisió

L'organització de la RAI es troba en una fase de transformació profunda que al llarg del 1998 ha provocat la posada en marxa d'una nova ordenació, representada a través de les estructures següents:

- 1 Una Corporació a la qual competeix el govern de les polítiques empresarials, de les eleccions estratègiques i del control, així com la coordinació de les activitats operatives, la gestió de la relació amb l'exterior i dels recursos empresarials clau
- 2 Algunes estructures comuns de Servei destinades

a desenvolupar activitats relacionades amb objectius específics de servei públic, economies d'escala rellevants o altres possibles activitats: es tracta d'activitats de tipus administratiu, com per exemple la gestió dels Sistemes Informatius; de tipus editorial, com per exemple Rai Sport, i de tipus técnicooperatiu, com per exemple les audiovideoteques. Aquestes estructures tenen la missió de proporcionar serveis a les Divisions Operatives, segons modalitats econòmiques definides.

3 Cinc Divisions Operatives que, provisionalment, funcionen així:

- Divisió TV Canal 1 i 2, que comprèn les estructures de Rai 1, Rai 2, TG1 i TG2*2
- Divisió TV Canal 3 i Ofertes Relacionades: comprèn la Nuova Rai Tre (Nova Rai Tres), que aviat es veurà juntament amb les transmissions de Canali Tematici (Canals Temàtics), Rai Educational i Rai International
- Divisió Radiofonia, que comprèn les estructures de coordinació radiofònica, de programes de ràdio i de Rai Giornale Radio, el programa de notícies radiofònic.
- Divisió Producció TV, que agrupa el conjunt de les responsabilitats, activitats i recursos humans i patrimonials destinats a la producció televisiva
- Divisió Transmissió/Difusió, que comprèn la gestió i la implementació de les infraestructures de transport i irradiació dels senyals no només pel que fa als serveis radiotelevisius, sinó també a altres tipus de serveis de telecomunicacions.

Les estructures comuns de Servei, com ara les Divisions Operatives, assumeixen la completa responsabilitat dels recursos patrimonials i financers que se'ls atribueix i responen del compte econòmic propi constituït per:

a: els beneficis directes derivats de la venda dels productes/serveis propis a clients «interns» (Corporació, Divisions i Serveis) i externs, ja siguin públics o privats;

b: els costos operatius directes constituïts pels costos externs, els costos «interns» derivats de l'adquisició de productes/serveis obtinguts d'altres estructures de Serveis i/o Divisions empresarials, els costos d'estructura directes (personals, amortitzacions, etc.)

Les Divisions Operatives estan dotades d'estructures/funcions específiques d'equips

de personal que actuen d'acord amb les pautes i les directrius definides per la Corporació:

- Personal amb l'objectiu de dirigir el personal de la Divisió i el relatiu desenvolupament professional i organitzatiu;
- Controladors, que tenen l'objectiu de protegir i dirigir el procés de planificació i de pressupostatge de la Divisió;
- Adquisicions i Serveis, amb l'objectiu de dirigir les adquisicions de la Divisió i de garantir a les estructures els serveis generals específics.

Amb aquesta nova ordenació, la Rai està en condicions de correspondre millor a dues exigències que no són gens fàcils de perseguir contextualment i de manera equilibrada. La primera fa referència al respecte de les obligacions i les indicacions derivades de les recents evolucions del quadre normatiu i del contracte de servei per al trienni 1997-99. Aquest últim determina les modalitats per aconseguir els objectius indicats a la Rai en el Conveni vigent amb l'Estat en matèria de disposicions industrials, financeres i empresarials. La segona té a veure amb la capacitat d'actuar en un mercat en evolució constant pel que fa a actors, productors, recursos tecnològics i límits de referència.

L'acció estratègica més general i rellevant de la Rai que ha precedit i acompanyat la reorganització esmentada, s'ha fet tenint en compte els objectius següents:

- mantenir el desenvolupament de l'empresa a través d'una reorganització dedicada a distribuir els recursos disponibles basant-se en el negoci principal, de manera que es millori la qualitat de l'oferta tradicional i s'experimentin noves tipologies i modalitats d'oferta
- iniciar un procés de millora estructural de la gestió amb objectius d'eficàcia i eficiència
- perseguir una política d'aliances en l'oferta temàtica i multimèdia.

Pel que fa a la revaloració i optimització dels recursos, la Rai ha racionalitzat i reorganitzat el conjunt de les activitats comercials, abans repartides entre estructures i societats entrelaçades, com ara la Sacis, la Nuova Fornit Cetra, la Nuova Eri o la Direcció de Desenvolupament Comercial. Així, ha

concentrat aquestes activitats en una única societat controlada anomenada Rai Trade. Ara aquesta societat constitueix l'única estructura comercial (exceptuant la relacionada amb la venda d'espais publicitaris) destinada a revalorar l'amplia gamma de productes Rai en el mercat nacional i internacional.

En la mateixa línia de racionalització dels recursos i separació de les activitats, a mitjan 1997 es va constituir la Direcció d'Activitats per a l'Administració Pública (DAPA), que va assumir la missió de desenvolupar i coordinar les operacions de la Rai, de les quals abans s'ocupaven diverses estructures, amb els diversos ens de l'Administració Pública ministerial, a les regions i als municipis, per a la realització de serveis específics (com ara programes per als italians a l'estranger o programes per a les escoles, entre altres).

Quant a l'experimentació de noves ofertes, la Rai va posar en marxa, a la tardor del 97, un conjunt de canals temàtics «gratuïts», que es reproduïen de forma digital via satèl·lit.

Amb referència a la relació amb els teleespectadors, la Rai ha manifestat una creixent atenció per les iniciatives capaces de millorar la qualitat i la satisfacció del consumidor de manera coherent amb la naturalesa i la finalitat de servei públic. En aquest sentit, la Direcció de Coordinació de la Programació ha posat en marxa l'experimentació d'un sistema de sondeig de la qualitat percebuda dels programes televisius basat en l'aplicació d'una tècnica d'interacció a temps real amb un nombre d'usuaris representatiu.

La gestió econòmica

El darrer balanç disponible, el de l'any 1997, va registrar uns beneficis globals per valor de 4,467 bilions de lires amb un increment respecte a l'any anterior del 6%. El cànon de televisió que van pagar més de 16 milions d'abonats va constituir el 55,4% dels ingressos, amb un increment respecte a l'any anterior del 2,7%, a causa, sobretot, de l'increment d'abonaments per a ràdios d'automòbil (que des del 1998 ja s'han de pagar). L'activitat de la publicitat i la promoció comercial, juntament amb els patrocinis, va constituir el 37,8% (1,69 bilions de lires) dels beneficis totals, amb un increment respecte a l'any anterior de

l'11,8%. Un factor de pes en aquest sentit és la publicitat televisiva, que va generar ingressos per valor d'1,471 bilions de lires, amb un increment respecte a l'any anterior del 12,2%, superior a l'increment mitjà del rendiment publicitari global. Aquest fet confirma la tendència de creixement de la Rai en el mercat publicitari televisiu nacional. Entre els altres elements de benefici, el més important va ser el dels convenis amb l'administració pública, que van ascendir a 124.000 milions, amb una disminució respecte de l'any anterior.

Els costos operatius van ser de 4,147 bilions, amb un increment del 7,6% provocat, concretament, per dos factors: el primer és l'increment de la producció interna i de la qualificació i diversificació de l'oferta televisiva; el segon, la creixent demanda de drets televisius, sobretot quant a les telesèries i l'esport, que en fa augmentar sensiblement els preus. Els costos per salaris i sous del personal han arribat a 1,048 bilions de lires, amb una reducció respecte a l'any anterior de l'1,8%. Es tracta d'un resultat causat pel procés de racionalització de les estructures de la plantilla que ha portat, al llarg dels darrers anys, a una reducció neta del personal. El 1997, la plantilla de la Rai estava formada, tal com ja s'ha dit anteriorment, per 10.755 persones, amb una reducció respecte a l'any anterior de 240 unitats obtinguda sobretot en reduir el reemplaçament del personal que va plegar i pels incentius d'anar-se'n anticipadament. El MOL va ser d'1,2519 bilions, amb una reducció del 0,8% respecte del balanç anterior.

La política productiva va estar marcada per un increment net de la producció, també subjecte als compromisos establerts en el contracte de servei triennal. Les inversions en la producció de programes d'utilitat repetida va créixer en un 20% respecte del 1996 i, concretament, la producció interna va créixer en prop del 32% d'acord amb l'objectiu de millorar la qualitat de l'estoc de programes i refermar la contribució de la Rai al desenvolupament de l'oferta audiovisual nacional. Al llarg del 1997, la Rai va invertir prop del 18% dels beneficis procedents del cànon de televisió en les produccions italianes i europees d'audiovisuals, complint d'aquesta manera l'objectiu fixat en el contracte de servei.

Com a indicatiu resumit de la tendència general de l'empresa envers una major eficiència en la gestió es pot assenyalar la relació entre la facturació i el nombre de treballadors: el 1997 la facturació per persona va ser de 141 milions, amb un creixement del 8,6% respecte de l'any anterior.

L'estratègia de l'oferta i de la producció

En general, la programació pel que fa a les tres cadenes televisives de la Rai ha millorat la qualitat global de l'oferta a través d'un increment de la diversificació dels gèneres televisius per tal de satisfer millor els diversos tipus de telespectadors d'acord amb l'esperit de servei públic de l'empresa.

El conjunt dels gèneres televisius que s'inclouen en les competències de servei públic i el percentatge mínim que han d'ocupar en la programació queden definits al contracte de servei. Es tracta de les categories de programes que en el contracte es defineixen detalladament i que es refereixen a: notícies (telenotícies); informacions (enquestes, seccions, debats, etc.); cultura (programes sobre ciència, història, art, medi ambient, música, teatre, literatura, cinema alternatiu, etc.); servei (programes i reportatges sobre temes d'actualitat com ara els ancians, la salut, l'ocupació, el medi ambient, les pensions, el fisc, etc.); nens i joves (programes destinats a satisfer les exigències i la sensibilitat de la primera infància i de l'edat de la creixença); esport (programes i reportatges televisius dels esdeveniments esportius nacionals i internacionals, tant de primer ordre com els esports «menors»). Aquestes estratègies han de constituir almenys el 60% de la programació global de la Rai i el 1997 van superar el 63%, en lleu creixement respecte de l'any anterior. Les dades confirmen una tendència històrica que en els darrers 5 anys ha vist créixer la presència d'aquests gèneres en el conjunt de la programació televisiva pública en 15 punts de percentatge.

Val a recordar que el contracte de servei, a més d'indicar els estàndards de contingut de la programació, defineix una sèrie d'altres obligacions que la Rai ha de respectar i que tenen a veure, entre altres coses, amb: les inversions en els productes italians i europeus, la valoració de les cultures locals,

la creació d'una emissora radiofònica sobre les tasques parlamentàries, la qualificació tècnica i la gestió de les cadenes, les activitats en el camp de les noves tecnologies pel que fa a la recerca, els serveis multimèdia, els serveis via satèl·lit, la televisió digital terrestre, els aspectes economicofinancers relatius a la comptabilitat analítica i a la separació comptable entre activitats finançades pel cànon de televisió i les finançades per la publicitat.

Del darrer balanç disponible, el del 1997, es desprèn que la Rai ha millorat els resultats globals d'audiència en aconseguir un 48,11 de share mitjà diari, amb un lleuger increment respecte al resultat de l'any anterior, encara que en l'aspecte en què la competència és més forta hi ha hagut una reducció del 0,8%. Es tracta d'un resultat considerat globalment positiu, tenint en compte la creixent competència que es registra en el context televisiu italià en què, concretament, hi ha hagut un reforç del «tercer pol», controlat pel grup Cecchi Gori.

Un aspecte de gran rellevància que cal valorar a l'hora d'observar els resultats de la gestió en el període esmentat fa referència a la composició percentual de les hores de màxima audiència, diferenciades entre «producció interna», «adquisicions i lloguers» i «licitacions i coproduccions». Efectivament, hi ha hagut un increment significatiu de les produccions internes que evidencia un procés de racionalització i de millor utilització dels recursos interns de la Rai, com a alternativa a les llicitacions, coproduccions, adquisicions i lloguers, que s'han reduït en un 7%. El pla de producció del 1997 ha aconseguit, així, els resultats d'acord amb l'objectiu de desenvolupar la producció nacional i de promoure la indústria audiovisual capgirant la tendència de la relació producció/lloguers dels anys anteriors.

Les dimensions d'aquest fenomen es mesuren a través de la partida «d'actius fixos immaterials» evidenciada en l'estat patrimonial de l'empresa.

Aquesta partida revela els costos dels factors de producció de caràcter perdurable, però mancats del requisit de la materialitat.

Així, doncs, es refereix a drets de propietat o de concessió, o a costos pendents la utilitat dels quals s'explicitarà en els exercicis futurs.

El valor global (que comprèn, a més de les inversions en programes d'utilitat repetida realitzats durant el 1997, les quotes d'amortització de programes similars realitzats en anys anteriors) dels actius fixos immaterials, en el balanç del 1997 va ser de 845.400 milions, amb un increment del 16% respecte a l'any anterior.

Aquest increment es deu, en general, a l'augment de les inversions, sumat a la major producció interna de telesèries, la millor qualitat dels programes adquirits i, parcialment, a l'augment general del preu d'aquests.

Per analitzar millor aquest aspecte, cal distingir els «drets de patents industrials i drets d'utilització d'obres de l'enginy», que van representar 563.500 milions de lires i que fan referència als programes ja disponibles i els «actius fixos en curs i acomptes», que han representat 262.800 milions i que es relacionen amb els programes en procés de realització o negociació.

El valor (563.500 milions) dels programes d'utilitat repetida ja disponibles concerneix:

- drets de propietat o concedits per un temps il·limitat (principalment de producció pròpia o coproducció), que representen el 28,6%
- drets de tercers en concessió (adquisicions) per un temps determinat, 71,4%

Si ens concentrem només en les dades referides al 1997, resulta que en aquell any la Rai va invertir pels programes d'utilitat repetida 678.700 milions de lires, dels quals 486.200 eren per programes a punt per ser posats en antena i 192.500 milions, per programes que encara no estaven disponibles (partida «actius fixos en curs i acomptes») en la data de finalització del període de balanç.

Pel que fa a l'evolució previsible de la gestió, cal destacar que el context de referència encara es troba en procés de forta evolució. Concretament, hi ha en fase de debat parlamentari una nova llei sobre l'activitat televisiva que definirà l'actitud de la Rai i, amb aquesta, les relatives modalitats de finançament, la seva composició i desenvolupament, així com l'articulació de l'oferta i els eventuals vincles i limitacions. Així mateix, es ressalta que sobre la base de les obligacions definides en el contracte de servei, la Rai el 1999 haurà de

destinar el 20% dels ingressos procedents del cànon de televisió a inversions dirigides al suport de la producció italiana i europea d'audiovisuals.

Vers la televisió digital

El 1997 es va crear la Direcció de Canals Temàtics i Noves Ofertes, que va projectar, realitzar i dirigir, pel que fa als aspectes d'edició i productius, dos canals de televisió als quals s'ha sumat un tercer canal temàtic produït per Rai Educational i un quart, RaiSat Nettuno, produït pel Consorci Nettuno per a l'ensenyament a distància. Tots els canals retransmeten de forma digital via satèl·lit.

Amb aquesta iniciativa, que l'empresa ha desenvolupat en una lògica de servei públic i, per tant, concretament pel que fa a les transmissions, la Rai ha entrat en un nou camp d'experimentació fortament centrat en la diversificació de l'oferta que caracteritzarà el pròxim futur i que requerirà una relació nova i diferent tant amb la programació (temàtica i amb multiplicitat de canals) com amb els usuaris (especialitzats).

El relleu d'aquesta perspectiva no fa referència només a les novetats relacionades amb els continguts i amb les modalitats de la programació, sinó també a les oportunitats que ofereix la televisió digital d'entrellaçar de diverses formes serveis televisius de difusió amb serveis telemàtics interactius (vegeu més endavant). A la Rai, això li ha representat mesurar-se amb noves lògiques, tant en l'àmbit de la producció i de la programació (digital i temàtica), com de la difusió (via satèl·lit) i de la relació amb els usuaris, que per rebre els nous canals s'han de proveir d'aparells de recepció específics (parabòliques) i de conversió de senyals de digitals a analògiques.

Concretament, el primer canal digital, RaiSat 1, està dedicat a cultura i espectacles, amb una programació de sis hores repetida quatre vegades al dia i basada en un tema específic per a cada dia. RaiSat 2 està dedicada als nens i als joves, amb una oferta que pretén valorar la creativitat dels més joves respecte de l'ambient que els envolta.

RaiSat 3 està dedicada al saber i l'aprenentatge, i RaiSat Nettuno, a cursos per a diplomatures universitàries a distància.

En relació amb la televisió digital, la Rai, al llarg

del 1998, va desenvolupar una intensa activitat de contractes i negociacions per definir la pròpia participació a una plataforma nacional. Després d'una llarga sèrie de reunions i negociacions amb Telecom Italia i la firma a l'abril del 1998 d'un Memorandum of Understanding pel desenvolupament d'una plataforma digital competitiva en el mercat nacional de l'oferta de televisió i serveis multimèdia de pagament, la Rai va considerar més oportú i favorable orientar-se envers un acord amb Telepiù amb l'objectiu de participar a la plataforma digital de la societat italiana de televisions de pagament que ara controla Canal Plus. L'acord preveu que la Rai pugui augmentar la seva participació fins a un màxim del 10% del capital d'accionariat i que la mateixa Rai contribueixi al conjunt de canals que ofereix la plataforma digital, amb 10-11 canals temàtics de tipus bàsic per cadascun dels quals la Rai rebrà una compensació de 10.000 milions de lires.

L'activitat de control

L'autoritat per a les garanties en les comunicacions i normes sobre els sistemes de les telecomunicacions i radiotelevisiu és l'encarregada de controlar l'exercici del servei públic de radiotelevisió. A aquest efecte se la va nomenar a la primavera del 1998 i funciona des d'aquell mateix estiu.

Es tracta d'un organisme dotat d'un perfil particular respecte de la resta de la Unió Europea, des del moment que té competències que comprenen les telecomunicacions i les comunicacions audiovisuals i de premsa.

L'Autoritat està formada per 9 membres –un president, nomenat pel Govern, i 8 membres nomenats pel Parlament– i actua a través de tres òrgans distints que tenen competències específiques:

- la comissió per a les infraestructures i les xarxes, formada pel president i 4 membres més
- la comissió per als serveis i els productes, formada pel president i 4 membres més
- el consell, format pels 9 membres

Pel que fa al camp televisiu, l'Autoritat intervé tant pel que fa a l'operador públic com als privats. Entre les diverses obligacions en aquest camp, l'Autoritat hi intervé, concretament:

a: per impedir la formació de posicions dominants, els

límits de les quals defineix la llei. Normalment, el límit que no es pot sobrepassar és el 30% dels recursos del mercat de referència pel que fa a l'emissió televisiva terrestre, l'emissió per cable i satèl·lit i la radiofònica. Així mateix, hi ha un límit general de beneficis que no pot superar el 20% dels recursos televisius (cànon, convenis, publicitat, televenda, vendes i abonaments de diaris i publicacions periòdiques, etc.);

b: per establir les regulacions d'acord amb les quals es lliuren:

- les concessions radiofòniques i televisives terrestres nacionals i locals
- les autoritzacions per a canals de televisió per cable o via satèl·lit

c: per controlar que les normes d'exercici de les activitats de ràdio i televisió siguin respectades per part dels titulars de concessions i autoritzacions, la qual cosa comprèn, concretament pel servei públic, les normes que contenen el conveni amb l'Estat, el contracte de servei i les directrius definides a la Comissió parlamentària de Vigilància.

d: per revelar i difondre les dades sobre els índex d'audiència; per controlar la correcció metodològica i la veracitat de les dades de les recerques sobre els índexs d'audiència realitzades per altres; per verificar la correcció dels sondeigs d'opinió publicats en els mitjans de comunicació de masses.

A més d'aquestes funcions, l'Autoritat desenvolupa una sèrie d'activitats de gran relleu també en el camp de les xarxes i dels serveis de telecomunicació.

Els principals temes de discussió

Igual que en altres països, també a Itàlia el tema de la televisió pública centra contínuament el debat polític i periodístic. Els temes que més sovint centren l'atenció fan referència a:

a: el control i el grau d'influència del poder polític sobre la Rai

b: la relació entre cànon de televisió i publicitat i el respectiu grau de condicionament de l'activitat de la Rai

c: la manera en què es manifesta la competència entre televisió pública i televisió privada

d: l'organització interna de la Rai i les seves conseqüències en l'eficiència de l'empresa

e: la capacitat productiva i la qualitat

de la programació de la Rai

f: el paper i les competències que té la Rai en el camp de la innovació (llenguatge, tecnologies, etc.)

El debat sobre aquests temes compta amb bona part d'elements que són comuns a molts països europeus i que ara no val la pena recordar. Això no obstant, hi ha un tema de particular actualitat en aquests darrers temps i que té a veure amb la necessitat d'efectuar una sèrie d'intervencions útils per determinar i distingir amb major precisió les activitats televisives desenvolupades amb ingressos del cànon i les desenvolupades gràcies a la publicitat. En primer lloc, cal destacar que les primeres són una obligació, mentre que les segones són una elecció, de manera que les primeres haurien de constituir un vincle no condicionat per les exigències de les segones. Aquest debat s'ha aguditzat recentment a causa de la petició, per part del comissari de la Unió Europea Van Miert, d'aclariments sobre eventuais posicions d'avantatge de la Rai (la mateixa petició es va fer per a les televisions públiques de França i Espanya) en la competència amb les televisions privades. Pel que fa a aquest debat i a les sol·licituds de les institucions públiques, la Rai afronta el problema seguint dues línies d'acció distintes.

La primera fa referència a la preparació de la comptabilitat analítica operativa a partir del balanç del 1999, necessària per aconseguir la separació comptable entre activitats de servei i activitats no de servei. En resum, es tracta de definir un model de comptabilitat capaç d'atribuir a cada producte i programa retransmès per la Rai el conjunt de costos externs i interns incloent-hi una part dels costos indirectes, així com els generals. Això permetrà a la Rai de saber amb més aproximació el cost de cada programa i producte.

El segon pas és el de definir amb major precisió, si és possible, quins són els productes/programes que formen part de les activitats de servei públic i quins no pertanyen a aquesta categoria. Això permetrà a la Rai d'evidenciar el que correspon al finançament derivat del cànon i el que, en canvi, es basa en altres

ingressos. Però la Rai es disposa a fer un tercer i més radical pas que és el de separar també empresarialment les seves activitats tot distingint una societat holding que controla una societat o més (a les quals podran participar també accionistes privats) destinades a desenvolupar activitats purament comercials i una o més societats destinades a desenvolupar activitats de servei finançades només pel cànon.

En realitat, aquest projecte presenta alguns aspectes problemàtics que ens limitarem a assenyalar:

a: per començar, és difícil distingir de manera precisa les activitats de servei de les comercials perquè en molts casos cal entrar en la precisió de com es realitzen les activitats i sovint s'arriba a aplicar criteris no objectius: no n'hi ha prou d'especificar els gèneres televisius típics del servei públic. Per posar un exemple extrem, podem dir que un programa de varietats amb jocs i ballarines podria entrar millor en l'esperit i les funcions de servei que no pas un telenotícies o una indagació sobre un tema de rellevant interès general.

b: en segon lloc, una part dels programes televisius més atractius entra en les categories que normalment no es fan entrar en les funcions de servei, de manera que, si els n'haguessin d'excloure, el risc és que els canals de servei públic tindrien un públic marginal, circumstància que convertiria l'activitat en qüestió també en marginal i, per tant, en poc o gens útil.

c: en tercer lloc, si la Rai aïllés les seves activitats comercials en societats específiques, aleshores no hi hauria motius perquè aquestes haguessin de continuar essent gestionades per una societat pública com la Rai, des del moment que tindria més sentit transferir-les a les cadenes privades. **G.R.**

Notes:

1* IRI: Istituto per la Ricostruzione Industriale (Institut per la Reconstrucció Industrial)

2* TG1: Telegiornale 1 (Telenotícies 1); TG2: Telegiornale 2 (Telenotícies 2)