

La SSR, il servizio pubblico e le difficoltà della stampa

Serrato confronto tra Ermotti e de Weck a Lugano alla Giornata nazionale della radiotelevisione

■ Il ruolo della SSR quale servizio pubblico è al centro del confronto politico di questi tempi. L'esito poco soddisfacente della votazione popolare sul nuovo canone ha messo in allarme i dirigenti della radiotelevisione parastatale. Lo spauracchio del «no Billag» crea agitazione. Di qui i numerosi dibattiti e incontri nell'agenda della SSR di questi mesi. L'ultimo in ordine di tempo è stato la Giornata nazionale SRG SSR («Servizio pubblico - oggi e domani») organizzata dalla Società cooperativa per la Radiotelevisione svizzera di lingua italiana (CORSI) ieri negli studi di Lugano Besso. Non molto frequentato (meno di duecento le persone presenti), l'appuntamento ha avuto quale piatto forte il faccia a faccia tra il CEO di UBS Sergio Ermotti e il direttore generale della SSR Roger de Weck (moderatrice Alessandra Zumthor, direttrice del «Giornale del Popolo»).

Ermotti ha detto che il modo di comunicare delle banche con i clienti è cambiato (Facebook, Google) e che i nuovi mezzi sono più mirati. Circa la SSR, il numero uno dell'UBS ha fatto valere l'esigenza di educare all'economia da parte della radiotelevisione pubblica: «La RSI è indietro rispetto a SRF e RTS. Non basta una trasmissione di economia una volta alla settimana in seconda serata». Su questa stoccata de Weck ha lasciato la risposta al direttore della RSI Maurizio Canetta. Sul resto, ha detto che il mercato dei media è dominato da quattro o cinque grandi operatori; gli altri sono in difficoltà. Il modello economico non regge più per i giornali. Si tagliano i costi e si perde in qualità. C'è un problema di finanziamento del giornalismo di qualità a medio-lungo termine. Le banche, ha aggiunto de Weck, hanno reagito positivamente alla globalizzazione; la piazza mediatica ha re-

agito in modo difensivo. L'unico in Svizzera ad essersi mosso attivamente sul piano globale è Ringier. Bisogna che la piazza mediatica reagisca come la piazza finanziaria. Maurizio Canetta ha contestato Ermotti: è vero che c'è solo una trasmissione economica, ma i temi economici sono trattati anche nelle altre trasmissioni: «C'è una forte attenzione e una bella competenza». Come finanziare dunque un giornalismo di qualità? Per Ermotti questo giornalismo trova persone disposte a pagare abbonamenti anche elevati. Il problema è la sovrabbondanza di canali di informazione. C'è poi la confusione tra la notizia e l'opinione di chi la gestisce: «Bisogna essere qualificati per dare l'opinione su una notizia. L'esigenza della velocità toglie qualità. Se si vuole un giornalismo di qualità bisogna puntare sulla specializzazione dei giornalisti», ha affermato il CEO di UBS.

Secondo de Weck in Svizzera l'audiovisivo non è redditizio. Per questo c'è il canone. Ma non basta: ci vuole anche la pubblicità. E per raccogliere pubblicità oggi bisogna mettersi insieme, fare alleanza (vedi SSR, Swisscom, Ringier); all'estero si fa così. È una risposta anche alla domanda su come finanziare il giornalismo.

Ermotti ha concordato con de Weck sull'adattamento all'evoluzione del mondo dei media nel massimizzare la pubblicità. La soluzione è la distribuzione del canone anche ai privati. La carta stampata sta perdendo terreno; un giornale tradizionale deve far parte di un gruppo mediatico per finanziarsi. De Weck si è detto convinto che ci sarà una distribuzione dei finanziamenti pubblici anche ad altri media e aperto alla collaborazione con i privati per crescere, ma non - ha avvertito - con chi «vuole solo distruggere la SSR». **F.P.**