

Pubblicato il rapporto del progetto 'Public Value' per capire come viene percepito il servizio pubblico

Il valore della Ssr

Dal rapporto, basato su interviste e un sondaggio online, emergono le aspettative della popolazione sul servizio pubblico radiotelevisivo. I risultati saranno adesso discussi a livello regionale.

di Ivo Silvestro

Qual è, se c'è, il ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo nel nuovo panorama mediale che si sta formando? O, per dirla più direttamente: che cosa deve fare la Ssr ai tempi di Netflix e YouTube, quando le informazioni viaggiano sui social media e gli influencer sono più popolari dei giornalisti?

Le conseguenze immediate di questi mutamenti le conosciamo: frammentazione del pubblico, competizione globale, superamento della programmazione lineare. E ovviamente erosione della pubblicità che sempre più si sposta verso i nuovi canali: il calo delle entrate pubblicitarie è alla base delle misure di risparmio per 50 milioni annunciate nei giorni scorsi dalla Ssr (proprio oggi ci sarà un incontro col personale della Rsi per discutere dei tagli).

Ed è interessante notare che il contrasto allo strapotere delle grandi aziende tecnologiche – 'Gafa', ovvero Google, Amazon, Facebook e Apple – coinvolgendo anche i media privati è uno dei punti che ritroviamo nel rapporto, pubblicato ieri, che raccoglie i risultati della prima fase del progetto "Public value" con cui la Ssr ha voluto capire come viene percepito da parte della popolazione il servizio pubblico radiotelevisivo.

La missione della Ssr

Tramite interviste con rappresentanti delle autorità, dei media, degli ambienti economici e della società civile, laboratori aperti alla popolazione e un sondaggio (che ha coinvolto anche gli svizzeri all'estero), sono stati eviden-

ziati alcuni temi che saranno approfonditi dalle società regionali – per la Svizzera italiana si tratterà della Corsi – tramite dibattiti pubblici. Tra circa un anno, l'azienda «riceverà una serie di evidenze e indicazioni che starà a noi far nostre» ci ha spiegato il direttore della Rsi Maurizio Canetta.

Quali sono quindi gli elementi che le società regionali sono invitate ad approfondire? Al di là di alcune indicazioni specifiche – come un maggiore impegno sui temi scientifici – la ricerca ha innanzitutto evidenziato uno "zoccolo di valori" che hanno caratterizzato e devono idealmente continuare a caratterizzare il servizio pubblico anche di fronte ai cambiamenti della società e della tecnologia.

Il più importante di questi valori è certamente l'indipendenza: la Ssr, si legge nel rapporto, deve "informare la popolazione in modo attendibile e indipendente", dare spazio alle "diversità delle opinioni e delle lingue". Il servizio pubblico deve inoltre "infondere e rafforzare il senso di unità nazionale", "trasmettere l'unicità della Svizzera" e aiutare a capire il mondo.

Questa, in sintesi, la missione del servizio pubblico. Per attuare questo "mandato Ssr della popolazione", occorre ovviamente adattarsi ai nuovi contesti. Un adeguamento che dovrà giocarsi soprattutto su sette temi, sette sfide per la Ssr. La prima è l'offerta per i giovani, proponendo contenuti a loro più vicini, sperimentando nuovi format (ma senza creare ghetti), migliorando la presenza sui social network. Vi è poi l'informazione che deve essere di qualità ed equilibrata. Il terzo tema è la partecipazione dei cittadini alla vita politica, aiutando la popolazione a comprendere i temi politici sempre più complessi. Quarto capitolo, la dimensione svizzera dell'offerta Ssr, vista come uno degli elementi che distingue il servizio pubblico dalle altre offerte.

La quinta sfida riguarda la rappresentazione della diversità: l'impressione è che il servizio pubblico non rispecchi sufficientemente la varietà presente nella società e dovrebbe impegnarsi

maggiormente nel far conoscere le tante realtà che ci circondano, include ovviamente quelle delle altre regioni linguistiche.

Vi è poi la partecipazione all'ecosistema mediatico, rafforzando le sinergie con i media privati: concorrenti diretti, certo, ma potenziali alleati – come accennato – nel contrastare i nuovi attori globali che non solo rischiano di sottrarre risorse pubblicitarie, ma anche di uniformare l'offerta mediatica.

Ultimo punto, il dialogo: un tema emerso dalle interviste è la difficoltà della Ssr di accettare le critiche e ammettere di poter avere torto. Per un terzo degli intervistati, l'ascolto e il dialogo con tutti devono essere una priorità per il servizio pubblico.

Le aspettative della Svizzera italiana

Temi, questi, peraltro già emersi in passato, come ci ha spiegato sempre Maurizio Canetta: «Non ho visto cose clamorosamente diverse da quelle che noi percepiamo, ma per noi è interessante averne una sistematizzazione che ci permetta di indirizzare meglio i nostri sforzi».

E a questo proposito è interessante andare a vedere, nel rapporto, quali sono le differenze tra le varie regioni linguistiche – all'interno, va detto, di un quadro complessivo abbastanza omogeneo: valori, punti di forza e criticità emersi sono grossomodo gli stessi.

«Le aspettative della Svizzera italiana sono maggiori rispetto a quelle delle altre regioni linguistiche» ci ha spiegato Stefania Verzasconi, responsabile Stato maggiore comunicazione istituzionale della Rsi. Aspetti come l'indipendenza giornalistica, la qualità dell'informazione, l'offerta di programmi culturali e d'intrattenimento, la presenza di film e serie tv svizzeri sono maggiormente sentiti nella Svizzera italiana, a volte con margini superiori al 10% degli intervistati. Particolarmente sentite sono l'apertura agli scambi tra le diverse regioni, e la presenza, nei programmi delle realtà linguistiche e culturali, insieme all'attenzione verso il pubblico giovane.

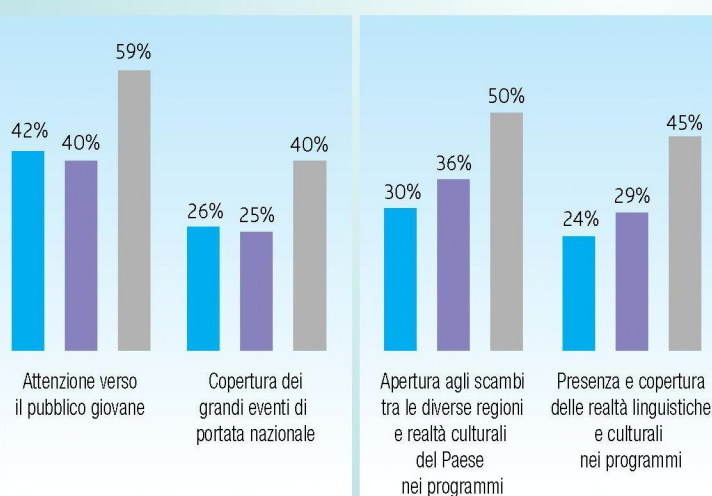
Aspettative più alte che potrebbero essere interpretate come insoddisfazione. Insomma, se nella Svizzera italiana metà degli intervistati afferma che bisogna migliorare il rispetto del pluralismo (contro il 40% del resto del Paese), magari è perché non è contenta dello stato attuale delle cose. Ma i dati, ha precisato sempre Verzasconi, dicono il contrario: «L'immagine che la Ssr ha nella Svizzera italiana è superiore al resto del Paese: le aspettative sono proporzionali alla percezione che si ha del servizio pubblico».

Le sette sfide della Ssr

1. L'offerta per i giovani
2. Qualità ed equilibrio dell'informazione
3. Partecipazione dei cittadini
4. Dimensione svizzera dell'offerta
5. Rappresentazione visibile della diversità
6. Partecipazione costruttiva all'ecosistema mediatico
7. Dialogo e apertura alla critica

Le aspettative del pubblico

% di risposte «Si dovrebbe migliorare»
+ «Si deve per forza migliorare»
(esclusi gli intervistati che non si pronunciano)



Legittimità della Ssr

% di risposte «Abbastanza d'accordo»
+ «Del tutto d'accordo»
(esclusi gli intervistati che non si pronunciano)

