

LETTERA APERTA

Caro pubblico
della Rsi...

LUIGI PEDRAZZINI
presidente Corsi, Cooperativa
di gestione della Radiotelevisione

Quando ho assunto a inizio 2012 la presidenza della Cooperativa per la Radio televisione della Svizzera italiana (Corsi), non potevo certo immaginare che queste esperienze mi avrebbero riportato nell'occhio del ciclone mediatico, seppur in posizione diversa e meno esposta rispetto alla direzione e ai collaboratori dell'azienda.

Eppure lo slogan della Rsi ("Parte del tuo mondo") era premonitore. In un mondo che in pochi anni ha rimescolato le carte dei servizi pubblici (le vecchie regie federali come Ptt, Ffs), era inevitabile che presto o tardi arrivasse al nodo anche la principale azienda radiotelevisiva svizzera!

Strano a dirlo: questa azienda che ci ha spiegato per decenni ogni giorno (e anche molto bene, molto professionalmente) come cambiano le società, come il treno della globalizzazione spazza via gli orticelli delle mille certezze acquisite, come occorra rimettersi in discussione prima che te lo impongano gli altri, proprio questa azienda sembra soffrire maggiormente l'urto del cambiamento.

Una recentissima dolorosa esperienza di riduzione del numero dei collaboratori, decisa per far fronte a un'importante riduzione delle risorse conseguente a una decisione del Tribunale federale, ha messo in evidenza, sia sul piano esterno che interno, la centralità della Rsi, che proprio per questo è esposta ai venti delle tempeste, reali o presunte.

Come venirne fuori?

Prendendo atto, senza drammi, di questa situazione, che può prestare il fianco alla critica e anche all'attacco. Chi lavora alla Rsi, chi la dirige, chi la sostiene deve sapere che le rendite di posizione sono ormai esaurite e che il pubblico andrà conquistato giorno dopo giorno con atteggiamenti propositivi, mai arroganti, e con scelte convincenti. La concorrenza esiste e, come avviene in ogni ambito economico, sfrutterà con determinazione a proprio vantaggio non solo ogni mossa sbagliata, ma anche le decisioni necessarie che possono prestare il fianco alla critica. Lo abbiamo constatato proprio nei giorni passati. Evitare, quindi, passi falsi e essere maestri nella comunicazione, non solo a beneficio degli altri, ma anche della stessa azienda.

Cercando poi di ulteriormente migliorare qualitativamente e di potenziare quantitativamente l'offerta che rientra più direttamente nel mandato di servizio pubblico, confermandole il meritato spazio prioritario! E qui mi si consenta di dire che gli indici

d'ascolto devono essere sì un punto di riferimento, ma non l'unico e forse nemmeno il principale argomento di giudizio! Non sarà facile, perché il livello è già alto e le risorse sono limitate, ma è perseguendo la missione di servizio pubblico che la Rsi può vincere e convincere!

Avendo infine consapevolezza che la nostra azienda radiotelevisiva rimane comunque di gran lunga la principale azienda di comunicazione della Svizzera italiana e l'unica in grado di competere con i colossi della vicina repubblica: ha il pubblico, ha (ancora) le risorse, ha i dirigenti e i collaboratori per fare le scelte giuste. Questa consapevolezza deve essere motivo per affrontare con la giusta mentalità il doppio confronto, politico (contro chi vuole spazzare via il servizio pubblico) e commerciale; ma soprattutto deve essere stimolo per dare spazio a progetti innovativi (non solo in ambito tecnologico!), a giovani collaboratori e per cercare un sempre più stretto legame con il territorio.

Per dirla in altri termini, non sarebbe male recuperare un po' dello spirito pionieristico che ha portato la nostra piccola Rsi negli scorsi decenni a saper fare meglio delle "grandi" televisioni della vicina Italia.