

SYNDICOM CHIEDE UN INTERVENTO POLITICO NEL MERCATO EDITORIALE

Più i media locali si indeboliscono e meno marcata è la propensione dei cittadini ad andare a votare. È questo il risultato di uno studio condotto da due politologi zurighesi. Ricerca che giunge anche a una seconda conclusione: i cosiddetti nuovi media non compensano il costante calo del numero di testate registrate in Svizzera. Ciò significa che gli ingranaggi della nostra democrazia diretta rischiano di incepparsi se il contesto mediatico svizzero si vedrà sempre più costretto all'angolo, malmenato anno dopo anno dalla cosiddetta rivoluzione digitale.

Il 2018 da questo punto di vista è stato paradigmatico: ristrutturazione dell'Agenzia telegrafica svizzera (ATS); fallimento di Publicitas e del Giornale del Popolo; chiusura della versione cartacea di Le Matin; annuncio del taglio di 200 posti di lavoro nei prossimi due anni del gruppo CH Media, nato dalla collaborazione tra la Neue Zürcher Zeitung e l'Aargauer Zeitung.

La causa di questa evoluzione è principalmente il travaso di entrate pubblicitarie dalle testate tradizionali verso i cosiddetti global player, Google e Facebook in particolare, dovuto anche a politiche editoriali poco lungimiranti portate avanti dai nostri top manager negli anni passati. Conseguenza: una "deprivazione di notizie" che ha ormai raggiunto una porzione di cittadini importante (il 36%, secondo lo studio citato, oltre il 50% tra i giovani), ossia persone che, quando e se si informano, prediligono informazione spicciola e di bassa qualità, incapaci spesso di distinguere la realtà dalle più crasse fake news.

Come ribadito dall'ex consigliera federale Doris Leuthard al momento dell'annuncio delle sue dimissioni, "senza i media la democrazia elvetica così come la conosciamo cesserebbe di esistere". Per questo, l'Assemblea di syndicom, riunita il 23 marzo 2019 a Bellinzona, chiede che la politica intervenga finalmente con forza nel mercato editoriale seguendo tre obiettivi principali:

- Condizioni quadro migliori per gli operatori dei media (ricordiamo che la stampa scritta della Svizzera tedesca e italiana è da oltre un decennio priva di un CCL);
- Maggiore trasparenza dei gruppi editoriali (come già accade praticamente in tutti i Paesi occidentali, i lettori hanno diritto di sapere come si finanziano e la loro situazione economica);
- Finanziamento diretto non delle singole testate, ma di figure che garantiscano a queste l'accesso a informazioni verificate. L'ATS ne è un esempio storico, ma altre realtà stanno nascendo o possono essere immaginate grazie proprio alla rivoluzione digitale, che diverrebbe così un'opportunità e non più solo un fenomeno distruttivo.