

## La rete non affonderà le corazzate delle carta stampata

Pubblicato: Giovedì 1 Ottobre 2009

La metà degli italiani naviga abitualmente e internet non è affare di ragazzini. **Enrico Finzi** (Astra Ricerche), in apertura del convegno [dell'Ordine dei giornalisti della Lombardia](#) "Giornalismo e post-giornalismo. News e lettori tra vecchi e nuovi media", ha presentato **una web research sul consumo dei media**, sull'utilizzo di Internet, sulle fonti, sui mezzi e sul ruolo e l'evoluzione del giornalismo nei prossimi cinque anni. Insieme a lui, dopo l'intervento del presidente **Letizia Gonzales** sono intervenuti **Mario Calabresi** (direttore de La Stampa), **Luca De Biase** (caporedattore Nova 24 – Il Sole 24 Ore), **Carlo Malinconico** (presidente Fieg), **Marco Pratellesi** (Corriere.it), **Maria Grazia Mattei** (fondatrice Meet the Media Guru), **Michele Mezza** (vice direttore Rai International) e **Simona Panseri** (Responsabile comunicazione Google Italy). Ha moderato il ditattito **Venanzio Postiglione** (direttore giornalista del Master/Ifg dell'Università Statale di Milano).

Un confronto serrato durato oltre tre ore sul ruolo del giornalista, l'evoluzione dell'editoria dell'informazione e sui possibili modelli di business. La ricerca ha fornito gli stimoli per i vari interventi.

Internet, secondo la ricerca di Astra, per l'82,4% degli intervistati che navigano rappresenta il mezzo più utilizzato per informarsi. A seguire la Tv con il 63,1%, la radio con 48,3%, il cellulare con il 48,1%, la tv locale con il 31,9% e i quotidiani locali con il 23,3%.

L'altro dato interessante è che **il web non "cannibalizza" copie del cartaceo**. Solo un terzo degli intervistati che utilizza internet dichiara di aver smesso di leggere giornali su carta.

Gli altri argomenti della ricerca sono legati alla disponibilità di pagare per le news e alla richiesta di qualità dell'informazione.

**Mario Calabresi** ha aperto gli interventi. "L'integrazione dei mezzi è la risposta più intelligente e vincente. Per i giornali rincorrere Internet sulla velocità è solo un suicidio. Va riscoperta la bellezza della lentezza e la carta si deve trasformare diventando uno strumento di approfondimento e di analisi".

**Marco Pratellesi** sostiene che "internet ha riempito un vuoto in Italia che è quello dell'editoria popolare, perché i giornali su web coniugano l'alto e il basso. Quanto al possibile modello di business non credo alla faccenda di far pagare le news. Questo non sarà dissimile a quello che abbiamo conosciuto finora e non è difficile immaginare che tra qualche anno il *New York Times* avrà molte meno pagine, meno lettori e costerà molto di più tornando ad essere un prodotto di élite".

**Carlo Malinconico** si è detto soddisfatto di vedere che "Internet non cannibalizza gli altri mezzi, ma esiste comunque un problema di regolare la vita delle news su web perché non è corretto che chi le produce se le veda poi ripubblicate senza che possa opporre alcun diritto".

L'intervento di **Michele Mezza** è stato molto appassionato e diretto. "È finita la ricreazione per i mediatori. Dobbiamo smetterla di parlare di internet come di un media perché questo è un alfabeto, un linguaggio. Così come non è vero che veniamo dall'era dell'oro dove il vecchio giornalismo garantiva la qualità e con l'arrivo di internet si assisterebbe alla calata dei barbari. Non è vero, non è così. C'è un parola che ci manda in manicomio noi giornalisti e questa è velocità. Questa invece di abbassare il bisogno di qualità la alza perché i giornalisti devono avere ancora più competenze".

Per **Simona Panseri** di Google Italia la domanda centrale è se "il web 2.0 darà vita al giornalismo 2.0 perché oggi le persone producono contenuti e partecipano a social network in modo attivo. Non serve a niente contrastare questa situazione, ma invece utilizzata pensando ai contenuti direttamente per il web. Quanto al modello di business la filiera è sempre quella di prestare massima attenzione al traffico, al coinvolgimento dei navigatori e solo da ultimo alla monetizzazione. Le situazioni vanno studiate caso per caso, ma quello che è certo è che va dato un giusto valore all'unità atomica del consumo, ovvero,

nel caso dei giornali alla singola news confezionandola in modo corretto per portare risorse".

A **Luca De Biase** è toccato il compito di chiudere i lavori. "C'è una forte domanda di buon giornalismo e questo è il punto di partenza. Oggi noi dobbiamo lavorare per costruire il futuro e non ci si può più difendere invocando la qualità, come se fosse solo della carta stampata. E anche prendersela con Google non serve perché la storia ci insegna che può essere innovato anche questo. La verità è che noi non assumiamo più giovani e i giovani non ci leggono. Ci sarà pure qualche rapporto tra queste due cose? Credo che oggi sia vincente cooperare con quanti producono informazione sul web perché c'è gente altamente specializzata che ne sa molto più di noi giornalisti. Quanto poi ai social network è nelle cose ormai la necessità di cooperazione, basti pensare a quanto successo con il terremoto in Abruzzo. Alcuni utenti di Twitter hanno segnalato la notizia solo un minuto dopo. Noi abbiamo poi il compito di lavorare sui filtri e sulla correttezza dell'informazione".

Un convegno di grande respiro che, dopo il focus sviluppato su Tabloid, il giornale dell'ordine, apre tante questioni sull'informazione online che non è più vista come la pecora nera di un possibile futuro, ma come l'opportunità, ma anche il rischio del presente.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it