

Il primato dell'informazione professionale

di Ruben Razzante

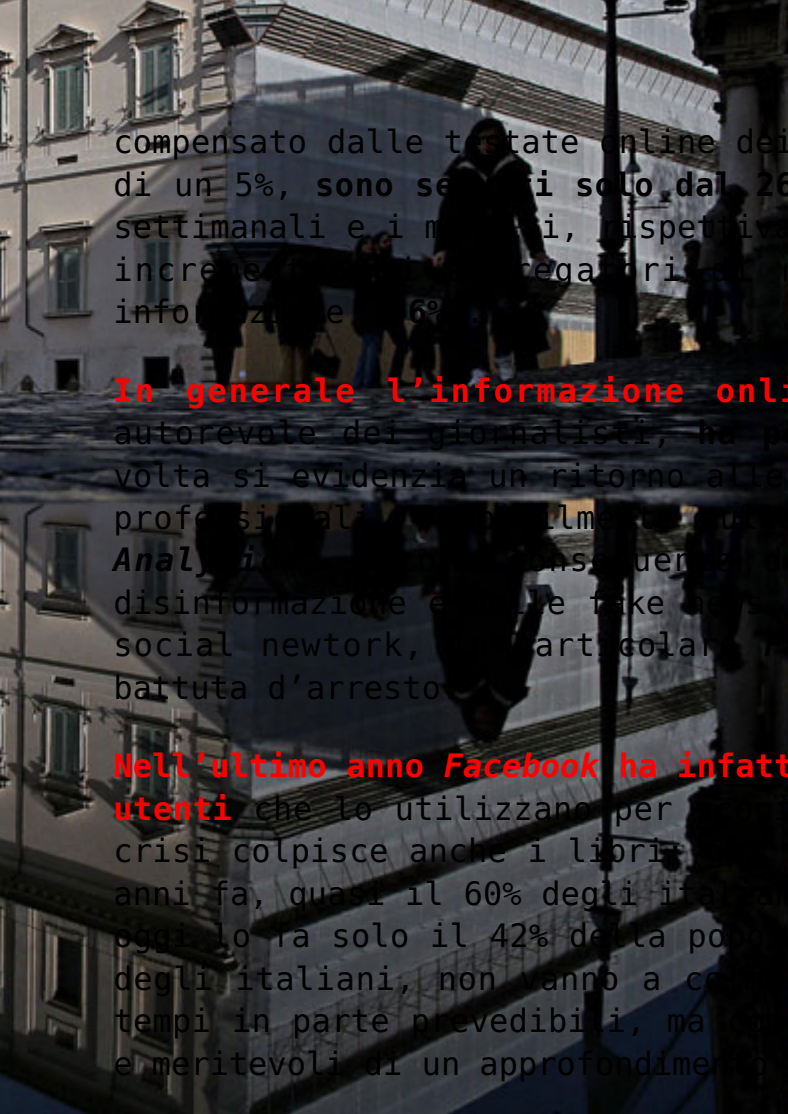
Qualcuno ha parlato di rivincita dell'informazione di qualità quando ha letto le cifre dell'ultimo **Rapporto Censis**, qualche giorno fa. Una riflessione di tutti, scaturita proprio dai dati riguardanti la progressiva disaffezione degli utenti da certi social, almeno per quanto riguarda l'aspiramento di notizie di interesse pubblico. In altri termini, sempre meno italiani cercherebbero nei social informazioni di attualità e sempre più italiani le cercherebbero invece nei media tradizionali, in particolare le tv.

Ma una distinzione va fatta, anche per non pregiudicare la credibilità dei tantissimi siti online che producono informazioni di qualità tanto quanto e a volte anche meglio di molti giornali cartacei, più schierati e faziosi.

Nelle diete mediatiche degli italiani, continuano a scendere i consumi di giornali cartacei, ma salgono gli ascolti dei telegiornali. La gente acquista più telefoni, pc e apparecchi tecnologicamente avanzati e meno libri e strumenti cartacei. Non per questo, però, subisce acriticamente l'overdose informativa da parte dei social, che possono portare allo scoperto verità mai dichiarate, ma anche diffondere in modo virale fake news, producendo disinformazione.

Secondo i dati dell'ultimo Rapporto sulla comunicazione del Censis, intitolato **"I media digitali e la fine dello star system"**, continua la crescita della digitalizzazione degli italiani che vede gli utenti internet passare dal 75,2% al 78,4% (+ 3,2% rispetto allo scorso anno; +33,1% rispetto a dieci anni fa). Il **Censis** sottolinea la forte cesura generazionale nei consumi mediatici: gli under 30 che utilizzano internet superano il 90% del totale, mentre gli over 65 arrivano al 42,5%. **Più di metà dei giovani si informa sul web**, mentre lo fa appena un quinto degli anziani. La televisione tradizionale resta il mezzo di informazione più amato in Italia, mentre la radio risulta essere quello ritenuto più affidabile dagli italiani. Per gli italiani, i telegiornali restano la principale fonte di notizie, registrando un aumento degli utenti dal 60,6% del 2017 al 65% del 2018.

E' purtroppo confermato il crollo dei lettori dei quotidiani: nel 2007, il 67% degli italiani non rinunciava alla lettura del quotidiano, nel 2018 il dato si ferma al 37,4%. Il calo non viene



compensato dalle testate online dei quotidiani che, seppur in crescita di un 5%, sono seguiti solo dal 26,3% degli italiani. Sono stabili i settimanali e i mensili, rispettivamente al 30,8% e al 26,5%. In forte incremento sono i registratori di notizie e i portali generici di informazione (+16%).

In generale l'informazione online, quella non professionale e autorevole dei giornalisti, ha perso **in credibilità**. Per la prima volta si evidenzia un ritorno alle forme di informazione autorevoli e professionali. Il motivo è la scia dello scandalo di **Cambridge Analytica** e le conseguenze della lotta alla diffusione della disinformazione e delle fake news. L'informazione online attraverso i social network, in particolare **Facebook**, assiste quest'anno a una battuta d'arresto.

Nell'ultimo anno Facebook ha infatti registrato un calo del 9,1% degli utenti che lo utilizzano per scopi informativi e **Twitter del -3%**. La crisi colpisce anche i libri: gli italiani leggono sempre meno. Dieci anni fa, quasi il 60% degli italiani leggeva almeno un libro all'anno, oggi lo fa solo il 42% della popolazione. Gli e-book, letti dall'8,5% degli italiani, non vanno a colmare questo divario. Tutti segni dei tempi in parte prevedibili, ma comunque sorprendenti nelle dimensioni e meritevoli di un approfondimento da parte degli addetti ai lavori.

