

12° Rapporto sui media Censis-Ucsi

Facebook più che i tg
l'informazione under 30

LUCA LIVERANI

Parlare di "rivoluzione copernicana" per il mondo dei media non è un'iperbole. Dopo la prima fase della moltiplicazione dei mezzi di comunicazione, dopo la personalizzazione delle diete mediatiche grazie alla diffusione di smartphone e tablet, siamo alla terza fase: «L'economia della disintermediazione digitale». Quella cioè in cui il ricorso crescente alla rete ha spinto gli italiani - alle prese con la crisi - a saltare gli intermediari per acquisire direttamente informazioni, beni e servizi, guardare film e partite di calcio, dialogare con le amministrazioni pubbliche, svolgere operazioni bancarie. Perché si risparmia tempo. E soprattutto denaro.

È l'analisi del 12° Rapporto Censis-Ucsi sulla comunicazione, presentato al Senato - tra gli altri - dai presidenti del Censis Giuseppe De Rita e dell'Unione cattolica della stampa italiana Andrea Melodia. A navigare su internet è il 70,9% degli italiani (+7,4% tra 2013 e 2015) dato che sale al 91,9 tra gli under 30. Solo il 5,2%, però, ha

a disposizione la banda ultralarga. Quasi l'86% dei giovani ha uno

smartphone, il 37% un tablet. E se tra i media a dominare è ancora la televisione, per i giovani la primissima fonte di informazione è Facebook, coi tg solo al terzo posto. Il web serve sempre di più a cercare informazioni, fare acquisti, sbrigare pratiche. Il rischio, se c'è, vale la candela: un 24,4% non si fida e rinuncia, un 10,3 si fida dei pagamenti online, un 65,3 usa una carta prepagata per evitare rischi.

Protagonisti sono sempre i social network. È iscritto a Facebook il 50,3%, YouTube raggiunge il 42% di utenti, meno Twitter, col 10,1%. La tv però raggiunge la totalità della popolazione (il 96,7%). Merito anche, e ancora, della rete: le

nessa. Resiste bene la radio ascoltata dall'83,9%. Cellulare è sempre più sinonimo di smartphone: l'uso dei telefonini evoluti continua ad aumentare (+12,9%) e sono impiegati da oltre la metà degli italiani (il 52,8%, ma l'85,7 dei giovani), mentre i tablet raddoppiano in un biennio: li ha il 26,6%.

Nubi fosche sulla carta stampata: -1,6% i lettori dei quotidiani rispetto al 2013, tengono settimanali e mensili, crescono i contatti di quotidiani online (+2,6%) e portali web di informazione (+4,9%). Non si segnala una ripresa dei libri (-0,7%): gli italiani che ne hanno letto almeno uno nell'ultimo anno sono solo il 51,4% del

web-tv sono arrivate al 23,7%, mentre le tv satellitari al 42,4% e il 10% usa la tv con-

totale. Le prime cinque fonti di informazione sono: i tg (usati dal 76,5%), i giornali radio (52%), i motori di ricerca su internet (51,4%), le tv all news (50,9%) e Facebook (43,7%). Che tra i più giovani è addirittura al primo posto tra le fonti: il 71,1% lo usa per informarsi, poi Google (68,7%), al terzo posto i tg (68,5%).

Per Melodia dell'Ucsi «la mediazione delle notizie dalle nuovi fonti richiede giornalisti più attenti, esperti, maturi», mentre «oggi sono ancora succubi del web». Attenzione ma anche vigilanza: «Perché a fare i "social" non sono solo dei tecnici». Sulla tenuta della tv il presidente dell'Ucsi dice che «i canali generalisti hanno ancora l'opportunità di essere considerati una "bus-sola" per offrire senso, qualità, orientamento per la libera navigazione». «Ma non è pensabile che i nostri ragazzi siano lasciati soli nel web - commenta Luca Borgomeo, presidente dell'Alat - e nei programmi scolastici va inserita in modo strutturale la *media education*».

© RIPRODUZIONE RISERVATA