

IL FUTURO DEI MEDIA

Il convegno organizzato dal Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali ha fatto il punto

sulle sfide per il settore, tra carta e Internet
Tarquinio: «Basta con lo snobismo mediatico»

Rivoluzione digitale, il dovere dell'annuncio

*Monsignor Celli:
la stampa cattolica
faccia risplendere
la verità sull'uomo*

DA ROMA GIANNI SANTAMARIA

La notizia corre sul web. O resta fissa sulla carta. Passa su schermi e onde radio. Finisce in archivi e database. Viene strizzata, ingigantita, a volte a scapito della realtà dei fatti. Insomma fluttua in quella dimensione che è stata definita crossmedialità, l'interazione tra i vari mass media. Quale spazio, quale stile e quale ruolo giocano la stampa cattolica in questo scenario caratterizzato dalla svolta digitale che a molti – soprattutto al di là dell'Atlantico – ha fatto preconizzare una rapida scomparsa dei giornali cartacei? Il punto sul futuro della stampa e sulle sfide globali che attendono i media cattolici del settore è stato fatto ieri nella sessione di apertura del quinto convegno organizzato dal Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali. È ispirato al tema del messaggio per la Giornata mondiale 2011: *Verità, annuncio e autenticità di vita nell'era digitale*.

È il rapporto tra vita e media è stato al centro. Dapprima con la disamina su numeri e tendenze fatta dalla studiosa americana Amy Mitchell e dal vicedirettore del quotidiano leader d'Europa Michael Prüller (vedi articolo a fianco). Poi gli interventi dalla sala, soprattutto di africani, asiatici e sudamericani – i partecipanti provengono da 85 Paesi – che si sono confrontati con la realtà occidentale (in attesa di essere protagonisti nella sessione di oggi). Infine le relazioni di quattro direttori. Di quotidiani: Marco Tarquinio (Avvenire) e Dominique Quinio (La Croix, Francia). Di settimanali: Michael Rutz (Reinischer Merkur, Germania) e di un gruppo editoriale, Greg Erlanson (presidente di Our Sunday Visitor, Usa).

«Stiamo vivendo in un momento storico nel quale la stessa stampa laica si interroga sul proprio futuro. Ma è anche vero che la stampa cattolica sta affrontando numerose sfide legate proprio alla sua specificità», alla sua missione e identità da coniugare in una prospettiva di servizio, ha detto nel saluto di apertura il presidente del Pontificio consiglio, monsignor Claudio Maria Celli. Con un'attenzione a un «articolato, serio e rispettoso

dialogo interculturale». Ma anche a far risplendere «senza timore la verità integrale sull'uomo». È stimolare a una «rigorosa e corretta» informazione religiosa, non sempre portata avanti dai media laici. Ad alcune emergenze mediatiche che hanno visto la Chiesa sotto accusa – dalla pedofilia, alla lotta all'Aids – hanno fatto riferimento sia Celli, sia Tarquinio, Quinio ed Erlanson. Il direttore di Avvenire ha denunciato un «impressionante snobismo mediatico» che relega in secondo piano notizie pure rilevanti, che parlano della Chiesa. È capitato appena ieri alla visita del Papa a Palermo. «Duecentomila persone attorno a lui, parole e gesti significativi sono finiti nelle retrovie dei notiziari». Mentre qualcuno ha dato spazio in prima pagina «al vero o presunto ritorno dei druidi». Insomma, si discterterà a lungo di piattaforme multimediali e di vittoria finale del web (Tarquinio non crede che passerà presto l'epoca dei «mezzi anfibi», un po' carta un po' clic). Ma un fatto è certo: la credibilità del giornalismo (cattolico o meno) regge o crolla sui contenuti. E se spesso si rincorre il futile, la Quinio parla dello sforzo di «mettere le cose nel loro contesto, togliere ciò che è inutile, per far risaltare i fatti». Guardandoli anche con una prospettiva di speranza per quanto lui possano essere. Nella rapidità del sistema delle news, poi, è necessario «essere presenti» con «messaggi e messaggeri di prim'ordine» che sappiano fornire informazioni in modo competente e chiaro, ha ricordato Rutz. Erlanson, infine, ha denunciato la mancanza di conoscenza della propria fede, l'erosione dell'identità cattolica e la sfiducia nelle istituzioni. «Da noi la Chiesa è vista come tale. Gli americani sono prima americani e poi cattolici. Sfortunatamente la crisi degli abusi sessuali è scoppiata con un tempismo tale da far peggiorare le cose».

IL PROGRAMMA

OGGI DUE DIBATTITI CON VIAN E PADRE LOMBARDI GIOVEDÌ L'UDIENZA CON BENEDETTO XVI

In attesa dell'udienza con Benedetto XVI, che giovedì chiederà il convegno, oggi al centro dei lavori del convegno del Pontificio consiglio delle comunicazioni sociali ci saranno le aspettative della stampa cattolica nel mondo. Ne parleranno il vescovo francese Stanislas Lelanne, il direttore dell'Osservatore Romano Gian Maria Vian, quello dell'indiano Afternoon Despatch and Courier, Carol Andrade. Con loro Bernardine Mfumbusa della Facoltà di comunicazioni dell'Università Sant'Agostino (Tanzania) e il segretario del Dipartimento comunicazioni del Consiglio episcopale latino-americano Carlos Arturo Quintero. Nel pomeriggio al centro il tema «Comunione ecclesiale e controversie. Libertà di espressione e Verità della Chiesa». Ne discuteranno Anna Arco, del londinese Catholic Herald, John Tavis direttore della sede di Roma del Catholic News Service, padre Federico Lombardi, direttore della Sala stampa vaticana e del Centro televisivo vaticano, il vescovo di Albano Marcello Semeraro e il direttore dell'agenzia fotografica tedesca Kna-Pressbild, Ludwig Ring-Eifel.

Congresso della tampa Cattolica

4-7 ottobre 2010



Il direttore di "Avvenire" Marco Tarquinio, al convegno di ieri

Scocca l'ora dei lettori "portatili"

DA ROMA

«**U**n mio amico, direttore di un settimanale cattolico, mi ha detto che legge il mio giornale, Die Presse, solo al sabato. Su questo... Il giornalista austriaco Michael Prüller alza la mano che impugna un blackberry. Un telefonino smart che oggi non fa quasi effetto. È scoccata l'ora dei lettori portatili, di cui l'iPad è il capofila. Promettono la rivoluzione digitale e sono trendy. Manderanno in soffitta il vecchio quotidiano cartaceo? La sfera di cristallo non ce l'ha nessuno. Ma al convegno di ieri in Vaticano sono risonate catastrofiche le profezie di Ted Turner – «la carta stampata sparirà presto» – e la più sfumata ammissione di Arthur Stulzberger jr.: «Un giorno non stamperemo più il New York Times». A confronto due modelli, dove il web c'è ormai in ogni casa. Gli Usa e l'Europa. Ma in entrambi i casi un dato emerge. E ancora una volta è il vicedirettore del quotidiano di Vienna, che diffonde 350mila copie, a dare un'im-

Blog, Ipad e black berry sono le nuove sigle della comunicazione virtuale. Ma l'importante è mantenere alta la qualità dell'offerta informativa sui diversi canali

immagine plastica. La foto dei suoi figli che giocano, studiano, cercano informazioni sulla rete. E non sono certo disposti a pagare il costo di un abbonamento per un'applicazione I-qualcosa, i contenuti li sanno scovare in rete. Conferma Amy Mitchell: i giovani non lo usano. «È un sistema chiuso». Detto dalla studiosa del centro di ricerche Pew – che ha appena finito di snocciolare i dati – «senza precedenti» della crisi della carta stampata negli Usa – non è poco. Tagli per 12mila posti di lavoro equamente divisi tra 2008 e 2009. In dollari fanno 1,6 miliardi di risparmi. Per una platea di lettori scesa del 10,6% nel 2009

e in prospettiva di ben 25 punti percentuali dal 2000. Più del doppio le cifre in rosso dei ricavi pubblicitari, meno 26%. Cannibalizzati dalla rete? Tutt'altro, la fetta che porta via cresce, ma è poca parte del totale. Non a caso il 75% dei navigatori (negli Usa ben il 92% degli utenti è multipiattaforma e il 56% cerca notizie a partire da un portale) dichiara di non cliccare mai sui banner pubblicitari.

Il problema, ammette l'austriaco, è che pure su carta la pubblicità è poco efficace e dunque le aziende premono per articoli su temi di loro interesse. Perciò occorre tenere alta la qualità dell'informazione e adattarsi alla sinergia cartaweb. Nel mondo 550 milioni di persone comprano un giornale, un miliardo e 600mila lo leggono e 1.200 testate sono a pagamento. Internet non ha influenzato il declino dei giornali, già in atto dai Settanta. La minaccia della free press tramonta. E i pad multimediali? «Anche all'inizio l'automobile era concepita come una carrozza senza cavallo». Il sorpasso, però, sembra ancora lontano.