

L'informazione corre sul social network E non si rinuncia a pay Tv e cellulare

Sono i giornali su carta a pagare di più la crisi e la rivoluzione tecnologica ma non diminuisce la ricerca della qualità: attraverso il web e la maggiore scelta offerta dalla tv digitale

Il rapporto Censis

JOLANDA BUFALINI

ROMA
jbufalini@unita.it

Le ultime notizie, il meteo e persino l'oroscopo si trovano su un portale internet. I video, soprattutto quelli che fanno storia, li cerchi su You Tube, quale che sia la produzione. Se si digita "gaffe Berlusconi", per esempio, viene giù una lista di sessanta pezzi dalle più diverse fonti: blob e Annozero, Ballarò e Tv americane o russe. Esilaranti i brani in cui il nostro premier parla in inglese.

Gli amici li cerchi su facebook, su messenger o su mySpace. Per telefonare c'è Skype oppure il cellulare. Ma la crisi aguzza l'ingegno: dovendo risparmiare, nessuno rinuncia a uno strumento ormai indispensabile ma ci si accontenta del modello più semplice, facendo a meno di smartphone e dei costosissimi collegamenti internet. Tg, film e sport sempre più si guardano sui canali a pagamento. Va bene la radio, il cui ascolto è rinverdito dall'mp3.

Il rapporto Censis su «media fra metamorfosi e crisi» fotografa una situazione con qualche brutta notizia ma anche con molte evoluzioni interessanti, confermando che i nuovi media non cancellano ma integrano i vecchi.

La brutta notizia riguarda i giornali su carta. Negli ultimi due anni solo un terzo degli italiani compra un quotidiano almeno tre volte la settimana. (si passa dal 51,1% del 2007 al 34,5% del 2009). La marginalizzazione della carta stampata, che investe anche i quotidiani sportivi, fa ancora più impressione se si conta che sono i giovani (10%), gli uomini (9,9%) e i più istruiti (8,2%) ad aver abbandonato la lettura che

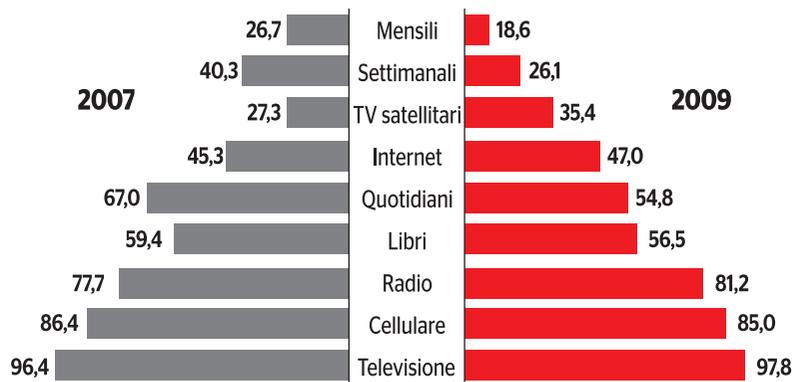
Hegel chiamava «la preghiera laica del mattino». Si tratta, infatti, dei gruppi considerati trainanti nella modernizzazione di un paese. Le donne - sarà anche a causa del forte divario occupazionale - fanno minor uso dei nuovi media. La Free press rimane stabile e non usufruisce della crisi dei quotidiani e dei periodici a pagamento.

I sociologi chiamano il fenomeno «press divide» da contrapporre al «digital divide» ma non significa che la gente sia meno informata di un tempo: attraverso i blog e i social network - che rubano tempo e spazio anche ai giornali on line - le notizie vengono selezionate, trasmesse e discusse. Quanto alla diffusione di internet, siamo vicini - lambendo il 50% della popolazione - alla saturazione: sono almeno 33 milioni gli italiani che conoscono almeno un social network e quasi venti milioni gli effettivi utilizzatori. Resta tagliata fuori dal mondo digitale solo la popolazione anziana mentre fra i giovani l'80% utilizza il web. Facebook è il network più popolare, Youtube il più usato.

Il tempo su facebook, dichiarano gli intervistati, è sottratto alla lettura dei libri (42%), alla Tv (26,5%) al cinema (11%). Ma è da notare che il mercato dei libri si è contratto, in tempi di crisi, di poco più del 3%. Più del 54 per cento degli iscritti a facebook ha partecipato a gruppi di interesse, il 10% a manifestazioni politiche, eventi sociali o spettacoli di cui è venuto a conoscenza attraverso il web.

PayTv. Fra le cose a cui non si rinuncia, anche dovendo sacrificarne altre, c'è, ormai, la Tv a pagamento: 65 italiani su 100, fra quelli con buon livello di istruzione, e 56 su 100 fra i meno istruiti sono abbonati a una pay Tv. Sport, film e cartoni animati per i bambini sono i programmi preferiti. Ma la motivazione di tutti è decisa: interessante: libertà di scelta. ♦

La piramide dei "Media" Utenza complessiva (dati in %)



Il boom dei Social Network La diffusione (quanto li conoscono e li usano)

	Quanti lo conoscono	Quanti lo usano
FACEBOOK	61,6%	25,9%
YOUTUBE	60,9%	30,9%
MESSENGER	50,5%	24,7%
SKYPE	37,6%	12,4%
MYSFACE	31,8%	5,4%
ICQ	6,1%	0,7%
FLICKR	4,7%	0,7%
TWITTER	4,3%	0,2%
LINKEDIN	3,0%	0,5%

Fonte: CENSIS

P&G Infograph

Aiuta i bambini ad uscire dal buio del silenzio



21- 22 NOVEMBRE

LE CANDELE DI TELEFONO AZZURRO
IN PIAZZA PER DARE
PIÙ VOCE A TANTI BAMBINI

Sono circa 350.000 le chiamate che ogni anno riceviamo al nostro Centro Nazionale d'Ascolto. Chiamate di bambini che hanno subito violenze fisiche e psicologiche e non sanno con chi parlarne. Anche tu puoi aiutare questi bambini ad uscire dal buio delle loro paure. Con le candele di Telefono Azzurro ci aiuti a potenziare le nostre linee telefoniche e a garantire sempre una maggior assistenza a tanti bambini soli e indifesi.

PER CONOSCERE LA PIAZZA PIÙ VICINA
800.090.335 OPPURE SU www.azzurro.it



comunicazioni

S.O.S. IL TELEFONO AZZURRO ONLUS - VIALE MONTE NERO, 6 - 20135 MILANO - C.F. 92012690373