

Italiani, il 53% naviga in rete I giovani s'informano su web

RAPPORTO CENSIS/UCSI SUI MEDIA. Cresce l'uso di internet, soprattutto come fonte d'informazione. Oltre il 60% dei ragazzi cerca notizie su Facebook e Google. La tv e i tg restano al primo posto e scende la carta stampata. Giornalisti ritenuti poco affidabili.

DI ALESSANDRO D'AMICO

■ Il consumo dei media da parte degli italiani sta cambiando e si sposta sempre di più verso la rete: gli utenti del web hanno superato il 50% della popolazione e Internet viene percepito come un mezzo «più libero e disinteressato» rispetto ai mezzi tradizionali. La televisione rimane comunque il media più diffuso (oltre il 97% la vede abitualmente), mentre la carta stampata perde sempre più terreno (i giornali calano del 7%). I dati, che ci forniscono il nuovo panorama rispetto al 2009, sono contenuti nel nono rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione (*I media personali nell'era digitale*), presentato ieri in Senato.

In un biennio caratterizzato da una minor consumo da parte delle famiglie italiane a causa della crisi economica, il mondo di Internet è entrato prepotentemente nella vita quotidiana delle persone. Attualmente il 53% degli italiani lo utilizza e oltre l'87% dei giovani tra i 14 e i 29 anni «vivono abitualmente in rete», utilizzandola principalmente per ascoltare musica, guarda-

re filmati, cercare strade e località, fare acquisti, gestire conti online o prenotare viaggi. Gli utenti, in due anni, sono cresciuti del 6% e quelli sopra i 65 anni, un tempo molto lontani da questa realtà, sono oggi il 15%. Un nome che è sempre più familiare è quello di Facebook, il famoso social network che conta oltre 750 milioni di iscritti nel mondo. Il 65% lo conosce bene (oltre il 90% tra i giovani) e la metà degli italiani che usa il web ha effettivamente un account attivo. Cresce poi il digitale terrestre a scapito della tv analogica e, scende di oltre il 5% l'uso del telefono cellulare.

Più in generale, emerge che l'utilizzo dei media è diventato negli anni più variegato e, soprattutto, sempre più personalizzato, grazie alle sinergie rese possibili dalla tecnologia e ad una maggiore dimestichezza delle persone di ogni età con le nuove piattaforme. Un'evoluzione considerata «in modo positivo» dal direttore generale del Censis, Giuseppe Roma, che ha parlato di «vittime», riferendosi alla carta stampata, ma anche di «nuove opportunità».

Lo studio del Censis fornisce anche una lettura specifica del rapporto del paese con il mondo dell'informazione, evidenziando come, anche in questo settore, siano in atto cambiamenti importanti. I telegiornali restano la fonte primaria per conoscere quello che succede nel mondo: è così, infatti, per l'81% degli italiani, un po' meno per la fascia più giovane (il 69%). La radio è il secondo mezzo più utilizzato per informarsi (per il 56%), mentre i quotidiani a pagamento perdono sempre più mercato, con un calo del 7% (che li porta al 48%). Tengono però le vendite dei periodici e cresce lievemente la free press. La ricerca ci dice che la rete acquista sempre maggiore potere anche per quanto riguarda la diffusione delle notizie, in particolare modo per la fascia dai 14 ai 29 anni. Per oltre il 60% dei giovani il mondo di Facebook e il motore di ricerca di Google rappresentano la fonte unica di notizie, insieme ai siti di informazione, ai video di Youtube e al variegato insieme di blog e siti personali. Questo fenomeno è ancora più evidente tra gli utenti più istruiti che di-

mostrano una maggiore fiducia proprio per il giornalismo fatto sul web. Non a caso Internet è al primo posto anche per quanto riguarda la credibilità con un gradimento decisamente migliore rispetto a stampa e tv. In particolare modo, vengono apprezzate «la libertà e l'indipendenza della rete»: l'83% del campione, infatti, riconosce al web il merito di permettere a chiunque di esprimersi liberamente e proprio per questo circa il 75% ritiene che debba rimanere un settore gratuito. Al tempo stesso una larga maggioranza lamenta, però, il fatto che nel mondo virtuale circoli troppa «spazzatura», un potenziale rischio per la qualità.

Interessante anche l'idea che hanno gli italiani riguardo al mondo dei giornalisti, ritenuti «informati e competenti ma troppo poco indipendenti ed eccessivamente legati con il potere, politico o finanziario». Questo li rende poco affidabili agli occhi della metà della popolazione e tra i giudizi negativi spicca il dato sulle smanie di protagonismo dei professionisti dell'informazione, giudicate eccessive dal 76% degli intervistati.