

# Immersi in un mondo che cambia

Per meglio comprendere le motivazioni che stanno portando la Diocesi ad attuare alcuni cambiamenti nei propri strumenti e nella pastorale della comunicazione, proprio i media diocesani offriranno contributi di approfondimento.

Domenica 15 ottobre nella trasmissione televisiva “Giorno del Signore” è stata trasmessa la prima puntata della rubrica “Comunicazione in diocesi... la partita del futuro” incentrata sul tema tema **“Informazione, un mondo che cambia”**.

Sulla tematica della prima puntata è intervenuta Elena Mosconi, docente di Cinema, fotografia e televisione presso il Dipartimento di Musicologia e Beni culturali dell’Università degli Studi di Pavia, che nei mesi scorsi ha fatto parte della commissione di studio che ha approfondito lo stato di salute dagli strumenti di comunicazione diocesani. Di seguito il contributo che la docente ha pubblicato nella pagina “Focus” del settimanale diocesano “La Vita Cattolica” del 19 ottobre.

*Tracciare un quadro della comunicazione mediale contemporanea è un’impresa non semplice a causa dei forti cambiamenti e delle brusche accelerazioni che rendono il panorama sempre mutevole. E tuttavia occorre partire da un presupposto: dobbiamo prendere atto del fatto che la nostra vita intera si svolge in un “ambiente mediale” da cui non è possibile sottrarci nemmeno per un momento, un ambiente che non si limita a rispondere ad alcune esigenze (di formazione, di riflessione, di evasione, ecc.) ma che contribuisce in maniera determinante alla nostra comprensione e definizione della realtà. Basta provare a staccare la spina, a spegnere computer e cellulare per accorgerci di quanto sia naturale, oggi,*

muoverci (realmente e virtualmente) in questo ambiente. Un secondo presupposto, altrettanto fondamentale per capire come cambia l'accesso all'informazione, è la logica in cui i media si susseguono: la competizione tra le vecchie e le nuove tecnologie non avviene per selezione darwiniana – dove gli organismi più obsoleti e deboli soccombono di fronte a quelli nuovi e potenti, più adatti all'ambiente – ma per "rimediazione" (Bolter e Grusin). I nuovi media non cancellano i precedenti, ma tendono ad annettersene le funzioni, incorporandole in sé.

Ad esempio, negli anni cinquanta il varietà televisivo assorbiva alcune delle caratteristiche del teatro comico e di rivista; mentre oggi la pagina di un portale web rimanda a quella di un giornale. Le "vecchie" tecnologie non muoiono; si trasformano nelle nuove, oppure permangono nel loro assetto originario ma si indirizzano a un pubblico minoritario, residuale.

È alla luce di questi elementi che si può leggere l'ultimo Rapporto sulla comunicazione elaborato dal Censis, fresco di stampa (ottobre 2017). I dati sull'informazione a stampa, in particolare, attestano un andamento di crisi manifesta: mentre scompaiono i giornali, cresce l'accesso all'informazione online o tramite smartphone. Dal 2000 ad oggi si è passati da oltre cinque milioni e mezzo di quotidiani venduti a due milioni e seicentomila (- 53,6%). Il 60% dei giovani al di sotto dei 30 anni non accede all'informazione a stampa (giornali, riviste, libri) ma solo a quella online. Nell'ultimo decennio anche libri (- 16,5%), free press (- 25,6%) e settimanali (- 9,3%) hanno subito una contrazione sensibile, mentre è cresciuto l'impiego di smartphone (+54,6%), internet (+ 29,9%) Tv via internet (+ 16,8%). Non è più nemmeno il caso di chiamarle "nuove tecnologie", dal momento che il loro sviluppo è così esteso: il 65,7% degli italiani usa whatsapp, mentre Facebook si attesta al 56,2% e Youtube al 49,6%.

*Un canto del cigno per la vecchia carta stampata, dunque? Forse il giornale non morirà, ma di sicuro la sua epoca d'oro è tramontata e non si può sperare in un'inversione di tendenza. Mentre la tv insiste nel mostrare in anteprima titoli e prime pagine di quotidiani, l'accesso degli spettatori alle notizie si sposta su altri canali: i social media, twitter, i portali online, oppure le notifiche del telefonino. L'informazione, sia pure parcellizzata e delocalizzata, vera o falsa che sia, non è mai stata così accessibile a tutti e garantita. Ciò che si sta ridefinendo è lo spazio del reportage, dell'approfondimento, del commento: uno spazio che il lettore è invitato a cercare in solitaria – finalmente libero da condizionamenti, ma solo e attivo – navigando in rete tra i blog degli influencer.*

**Elena Mosconi**  
**docente Università degli Studi di Pavia**

Pagina "Focus" de "La Vita Cattolica" del 19 ottobre