FIEG FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI GIORNALI

CORRIERE DELLA SERA

Data 05 GIU. 2008

Pagina 25

Il rapporto A Goteborg il congresso della World Association of Newspaper. Il direttore generale Rcs Giorgio Valerio e «il patrimonio della community»

La nuova frontiera del giornalismo: «Raccontare storie su tutti i media»

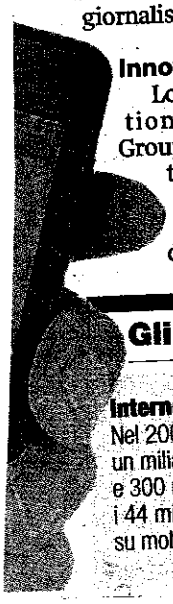
DAL NOSTRO INVIATO

GOTEBORG — Dopo stampa, radio, televisione e internet un nuovo media si affaccia sulla scena: il cellulare. Il giornalismo 3.0 dovrà fare i conti con questo nuovo strumento, che ormai ha un posto privilegiato nelle tasche di tutti gli utenti. Notizie, video, immagini aggiornate durante tutta la giornata sempre pronte e disponibili per essere fruite in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo.

La nuova visione del futuro è emersa al congresso annuale della Wan (World Associations of Newspapers) che si è tenuto a Goteborg, in Svezia. Grazie allo sviluppo della tecnologia in questi ultimi anni il cellulare si è trasformato da strumento per la comunicazione interpersonale in un «social media» che consente di accedere alle informazioni e di condividere e scambiare opinioni tra gli utenti. Un potenziale, naturale strumento di «social network» che è l'altra parola chiave emersa dal congresso.

Il giornalismo dovrà sempre più mostrarsi capace di dialogare e interagire con la comunità dei propri lettori. Se i quotidiani a pagamento registrano una flessione di circolazione in quasi tutto il mondo, gli utenti di internet e dei cellulari stanno crescendo a ritmo impressionante.

E' a questa nuova «total audience», costituita da tutti gli utenti che si informano su una stessa testata attraverso tutti i media disponibili, che il mondo dell'informazione sta guardando con interesse. E' qui, in questa vasta community, che va cercato il nuovo modello di business in grado di sostenere il giornalismo del futuro.



Innovare o morire

Lo slogan scelto da International Media Consulting Group per presentare il rapporto mondiale «Innovation in Newspapers» non lascia scelta: «Innovate or die». «Dobbiamo reinventare il giornale, trovare il nostro 'i-Pod Newspaper» ha detto Juan Antonio Giner, vicepresidente di Media Consulting Group. «E per fare questo occorre avere il coraggio di essere differenti, di cambiare cultura, di raccontare storie con tutti i media possibili, ma anche di ascoltare i lettori e farli sorridere; occorre che i giornali dedichino il 20 per cento alle yesterday news e l'80 per cento dello spazio per raccontare storie originali, costruendo una propria agenda delle notizie che soddisfi l'intelligenza dei lettori».

Gli utenti

Internet e cellulari
Nel 2005 gli utenti Internet erano un miliardo. Oggi sono 1 miliardo e 300 milioni. In Italia raggiungono i 44 milioni. Gli utenti Internet su mobile sono invece 490 milioni

Il sito della «Gazzetta»

Sperimentazione e innovazione tra stampa e multimedialità sono state il focus anche della presentazione della nuova *Gazzetta dello Sport*. Il sito è stato potenziato con una maggiore apertura ai commenti dei lettori e ai video. «Questa capacità di ascoltare, capire e interagire con i lettori ha creato intorno alla testata della *Gazzetta dello Sport* una comunità di lettori, soprattutto giovani, che oggi rappresentano un patrimonio per tutto il gruppo» ha detto Giorgio Valerio, direttore generale della Rcs Quotidiani.

In due anni anche il giornale è stato rivoluzionato riducendo il formato, ma introducendo anche nuove scelte editoriali, come quella di aprire alcune pagine all'informazione generalista, ha spiegato il vicedirettore Gianni Valenti. Un risultato che dimostra come sito e quotidiano possano crescere insieme, smentendo le paure di cannibalizzazione che ancora aleggiano sul mondo dell'informazione.

Marco Pratellesi