

La ricerca

I media territoriali

MEDIA locali italiani sono sostanzialmente affidabili, rivestono un importante ruolo di informazione e servizio per la collettività e possono vantare un'autonomia dalla sfera politica spesso superiore ai fratelli maggiori nazionali. Per contro i media locali scarseggiano in qualità di informazione e in approfondimento e risentono della difficoltà di adattarsi alle nuove tecnologie, compreso il digitale terrestre.

Questi i principali risultati della "Prima ricerca sulla credibilità dei media locali in Italia" elaborata da Spazio RP in collaborazione con i referenti territoriali della Ferpi e dell'Associazione Comunicazione Pubblica e Istituzionale, i Presidenti dei Co.Re.Com e degli Ordini Regionali dei Giornalisti.

Primo elemento di approfondimento: la diffusione ampia e capillare dei media locali a fronte del forte aumento di attenzione da parte dei lettori del Centro Nord e del Sud. Solo in Sicilia, ad esempio, si registrano 74 tv e 110 radio, giustificabili dalla peculiarità della regione, suddivisa in tante micro realtà. Se al Sud

Michele Brambilla

Roberto Ferrario

Testate locali più credibili, ma inizia l'era multimediale

alcune testate hanno ancora difficoltà a svincolarsi dall'influenza della classe politica e soffrono della mancanza di veri editori, al Centro Nord la situazione sembra già ottimale: sufficiente il numero degli organi d'informazione, buona la qualità dell'offerta, più professionalità. Ma anche più autonomia politica e soprattutto un forte incremento del fenomeno relativamente recente della stampa on-line e del digitale terrestre, con la formazione di veri Consorzi di emittenti.

La sperimentazione della rete Internet e delle nuove tecnologie, insieme all'interattività del digitale terrestre sembrano infatti essere le strade verso cui si stanno avviando tutti i media locali, in linea con lo scenario nazionale. Ed è proprio su queste due partite che si gioca anche la credibilità da cui è partita la ricerca, insieme al potenziamento della professionalità e della qualità della comunicazione. Il principale dei new media, Internet, risulta essere già, soprattutto tra i giovani, uno strumento affidabile per coprire le nuove esigenze di informazione e servizi. Ed è anche un ottima risorsa

sa delle pubbliche amministrazioni, che attraverso i propri siti istituzionali e i forum dedicati ai cittadini, entrano in diretto contatto con loro, trasformando la comunicazione in cultura di servizio e di interazione. La sinergia con le amministrazioni pubbliche sembra essere anche la carta vincente dei media locali che a un'offerta tipicamente televisiva possono affiancare quella di servizi a valore aggiunto, diversificando e aumentando le fonti di reddito.

La sfida del digitale terrestre si preannuncia invece più complicata. I problemi di riconversione degli impianti e la progettazione di nuovi palinsesti porterà sicuramente alla cessazione di alcune piccole emittenti o alla loro trasformazione in fornitori di contenuti. In più viene lamentata la riduzione della pubblicità introdotta dalla legge Gasparri, con nuovi oneri per il digitale terrestre.

Ma lo strumento tutto da sviluppare dell'interattività digitale rappresenta il futuro e porta con sé la necessità di una revisione generale dei principi, delle logiche e del linguaggio della comunicazione, rivolta a un'utenza più orientata e personalizzata.

E i quotidiani locali del futuro? Sempre più scandalistici e di cronaca, rosa e nera, risponde la ricerca, con un gran numero di "opinioni" esterne e poco spazio per l'informazione. Anche se di altissima qualità.

Maria Elena Arcangeletti

