

**IL DIBATTITO SUL SAGGIO DI MELONI CON CALABRESI, COSTA, LATERZA, MENTANA E PITRUZZELLA**

## Dalla ricerca di regole nuove al ruolo dei giovani ecco cosa può insegnarci la crisi dei media

**RAFFAELLA DE SANTIS**

**L**a crisi dei media può diventare un'opportunità? Possiamo iniziare a sperare nell'alba di un nuovo mondo o semplicemente rassegnarci ad osservare il naufragio del vecchio? Sono queste le domande principali che ieri hanno animato un incontro tenutosi nella sede romana della Fieg intitolato "Stampa e tv: la sfida digitale e i nuovi padroni della Rete". L'occasione era la presentazione del libro di Vittorio Meloni *Il crepuscolo dei media* (Laterza). Alla vivace discussione, oltre all'autore, hanno preso parte il direttore di *Repubblica* Mario Calabresi, Enrico Mentana, l'editore Giuseppe Laterza, il presidente dell'Agcm Giovanni Pitruzzella e quello della Fieg, Maurizio Costa.

Il dibattito ha ruotato intorno ad un punto cruciale: come gestire i

cambiamenti apportati dalle nuove tecnologie. Meloni, professionista della comunicazione, direttore delle relazioni esterne di Intesa San Paolo, nel suo libro documenta la crisi dei giornali snocciolando dati non incoraggianti: dal 2007 al 2016 le vendite dei quotidiani si sono dimezzate. «Viviamo in un mondo alterato dalle innovazioni tecnologiche», ha detto Meloni. Per l'autore, oggi si è persa l'aura sacrale della notizia. Su questo punto si è soffermato Calabresi, invitando a non «chiudersi in una splendida torre d'avorio», a non lasciare fuori dall'orizzonte dei media tradizionali Facebook e Google, pur continuando a difendere l'identità dei giornali: «Credo che il futuro sia nella capacità di proporre un discorso e una forza di marchio riconoscibile. Nel credere in un prodotto che non inseguia la totale frammentazione, nella capacità di avere un ruolo informativo forte, unitario nell'identità». Meno ottimista Enrico Menta-

na: «Sono scettico. I giovani di oggi non leggono i giornali, né guardano tg. I giornali sono un mercato dell'antiquariato, mentre i giovani oggi vanno all'Ikea». Il nodo è semmai come interagire con Facebook e Google, piattaforme che mangiano tutta la torta pubblicitaria. «È questo il grande tema dell'informazione, come evitare che alla fine ci siano nuovi monopoli e stabilire nuove regole», ha detto Pitruzzella. Regole sulle quali si è soffermato in apertura anche Maurizio Costa: «L'auspicio è che questa sia l'alba di un nuovo mondo ma bisogna definire regole che valgano per tutti gli operatori di mercato, dal copyright all'utilizzo dei dati sensibili fino alla pubblicità». Sulla sponda del mercato dei libri, Giuseppe Laterza ha invece fatto notare come, contro ogni previsione, gli ebook non abbiano rimpiazzato i libri cartacei: «L'editoria ha tenuto, anzi i giovani sono i lettori più accaniti». Un auspicio per il futuro?

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**IL LIBRO**  
Il crepuscolo  
dei media  
di Vittorio  
Meloni  
(Laterza  
euro 13)

