

IDEE DI SCORTA

L'informazione di qualità è necessaria, ma costa. Pochi sono disposti a pagarla. Come uscirne? La sfida dei media tradizionali, incalzati dai social e dalla Rete

di **Salvatore Carrubba**

L'ultima edizione del rapporto Censis sulla comunicazione (*I media digitali e la fine dello star system*, **Franco Angeli**) conferma la crisi dell'informazione a stampa, ma denuncia una crescente sfiducia nell'attendibilità dell'informazione digitale, e in particolare di quella che passa per i social: un dato interessante, che conforta gli sforzi dell'informazione tradizionale (in Italia, i giornali restano la fonte più attendibile, con radio e tv, a un livello quasi doppio rispetto ai social). Per vincere la sfida, e ritrovare un futuro, i media tradizionali dovranno tuttavia inventare un nuovo stile e nuove modalità, ancora tutti da inventare. Per due ragioni: innanzitutto, perché l'informazione di qualità costa, ma pochi sono ormai disposti a pagarla; poi, perché il modello informativo adottato dai social rischia di contagiare molti giornali «pronti a cambiare i propri standard editoriali secondo modalità che contribuiscono al caos politico e alla confusione epistemologica» (così la storica americana Jill Lepore, in un recente articolo su *The New Yorker*). Ecco allora che negli Stati Uniti cominciano a moltiplicarsi le iniziative per diffondere informazione controllata e attendibile a cura di organizzazioni non-profit. L'informazione insomma diventa un aspetto del welfare state, un servizio costoso, ma indispensabile per garantire un diritto irrinunciabile: il "lettino da campo", direbbe papa Francesco, per la democrazia acciaccata.

