

L'incontro

Il massmediologo de Kerckhove: «Occorre ripartire dall'educazione dei giovani, come i Gesuiti all'epoca della diffusione della scrittura». Il presidente della Fieg Costa: «Sistema in trasformazione, ma la carta non sparirà»



IL PREMIO. Paolo Nusiner, Marco Tarquinio e Maurizio Costa

ANGELO PICARIELLO
ROMA

Più vicini, tutti, e più lontani al tempo stesso. Più liberi di comunicare, con chi si vuole e al tempo stesso scrutati, tracciati in ogni nostro movimento. Aperti al mondo con un semplice movimento, talora compulsivo, dei pastrelli e spesso incuranti del nostro vicino di casa o di autobus impegnato magari nella stessa operazione. "L'etica e la trasparenza nell'epoca dei big data" è il grande tema affrontato ieri con un dibattito fra guru ed esperti della comunicazione e della pubblicità presso la sede della Fieg, la federazione degli editori dei giornali, in via Piemonte, a Roma. L'incontro era abbinato al premio intitolato a un grande innovatore, Giovanni Giovannini, storico presidente degli editori che ha lasciato il segno come precursore

del sistema digitale, prima che la grande rivoluzione della comunicazione entrasse prepotentemente nella vita di tutti. Il premio "Nostalgia di futuro", promosso dagli editori in collaborazione con gli amici della rivista *Media 2000* ha visto - nella sua sesta edizione - attribuito al nostro giornale il premio "innovazione nell'editoria" per il sistema di lettura automatica che *Avvenire* ha sperimentato per primo, per venire incontro alle esigenze di lettori portatori di handicap visivi o comunque penalizzati nella comprensione del testo nelle modalità tradizionali. Per il neo presidente Fieg Maurizio Costa questa è anche una delle prime occasioni per presentarsi, parlando del tema dei temi, il futuro della "carta" nella comunicazione: «Il cartaceo - spiega - è sotto pressione, ma in evoluzione, non estinzione». Sul tema in discussione, invece (l'avvento del digitale) nessuna, a-

macronistica, chiusura dalla Fieg, ma solo la richiesta del rispetto delle regole. Costa ce l'ha con gli «over the top», e in particolare con *Google*. Perché accanto ai problemi di «trasparenza sui criteri con cui vengono classificati i dati, la privacy

degli utenti», c'è anche il tema fiscale. «Per noi - aggiunge il presidente Fieg - le imposte sui ricavi devono essere pagate in Italia, non all'estero. E il gettito - propone - si potrebbe destinare per lo sviluppo della rete».

Big della pubblicità e della comunicazione come Marina Ceravolo (Rai pubblicità), Giovanna Maggioni (Upa), Luigi Colombo (Publitalia) e Roberto Ferrari, di Eni a confronto con un autentico guru del settore, Derrick de Kerckhove, consi-

gliere scientifico dell'osservatorio Tutti-media (Otm), un tempo guidato proprio da Giovannini e oggi presieduto da Franco Siddi, segretario dell'Fnsi, il sindacato dei giornalisti. De Kerckhove spiega i diversi modelli possibili per tentare di gestire questo fiume in piena: il modello americano della «trasparenza totale» e quello inverso basato sull'autorizzazione all'accesso dei dati. «Io però invertirei la tendenza - spiega il massmediologo - più che limitare

l'uso degli strumenti, mi occuperei di dare alle persone, soprattutto ai giovani gli strumenti per maneggiare le nuove tecnologie». Non solo gli educatori, quindi, anche gli esperti di settore dicono che è soprattutto un problema di educazione.

Di «pedagogia». De Kerckhove cita l'esperienza messa in campo all'epoca della diffusione della scrittura dai Gesuiti: serve una nuova *ratio studiorum* sul modello pensato da Sant'Ignazio di Loyola. Concorda Siddi, per i giornalisti: «Servono luoghi e momenti di sperimentazione dei nuovi modelli, che siano rispettosi delle persone». Preoccupato di «applicazioni sempre più invasive della sfera della libertà» è anche Antonello Soro, presidente dell'Autorità Garante della Privacy, che vede, su larga scala, anche un problema di «tenuta del tessuto democratico».

Nuove tecnologie che però possono essere anche amiche, come evidenzia il momento finale dedicato alle premiazioni. *Avvenire*, (presenti il direttore Marco Tarquinio e il direttore generale Paolo Nusiner) viene premiato

con una targa del Presidente della Repubblica «per aver reso disponibile, dal primo ottobre, ai lettori del sito e dell'edizione digitale, un sistema di lettura automatica tramite un sintetizzatore vocale». È il completamento di un percorso avviato già nel 2010, ha ricordato Tarquinio, con un incontro con un giovanissimo lettore, disabile motorio, Francesco Gallone (coadiuvato da una madre battagliera), e proseguito in collaborazione con l'Unione Italiana Ciechi. Anche per le nuove tecnologie, in fondo, è un problema di «buone pratiche».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Novità. In prima linea nell'online: quotidiano da leggere e ascoltare

A mezzanotte la copia web col nuovo sistema audio

ANTONELLA MARIANI
E ALESSANDRO SACCOMANDI

La versione audio di tutti gli articoli pubblicati, non solo sul sito web, ma anche sul giornale elettronico (la "copia carbone", per dirla con un linguaggio antico, dell'edizione che arriva a casa in abbonamento o che si compra in edicola), una newsletter quotidiana che tiene informate migliaia di persone (gli utenti registrati) di ciò che è all'ordine del giorno per *Avvenire*. Un aggiornamento continuo delle applicazioni per permettere agli utenti di accedere ai contenuti più velocemente e di fruirne con una migliore qualità grafica. La presenza sui social network in modo sempre più costante e "intelligente", con la condivisione di contenuti di qualità, scelti dalla redazione in base a criteri di sicuro interesse per il pubblico. Sono solo alcune delle innovazioni che progressivamente *Avvenire* ha messo in campo, con investimenti continui, consapevole che oggi gli aficionados non sono più semplicemente lettori, bensì, per l'appunto, utenti. Cioè "usano" tutti i mezzi che la tecnologia mette a disposizione per informarsi, ascoltare la "campana" del quotidiano cattolico, ricercare una voce chiara nel frastuono di contenuti che li circonda. D'altra parte è sempre viva la domanda che nel 1950 il futuro Paolo VI, fondatore di questo giornale, rivolgeva all'amico filosofo Jean Guittion: «A cosa serve dire quello che è vero, se gli uomini del nostro tempo non ci capiscono?». Domanda attualissima, che riguarda oggi come allora la Chiesa e chi, da giornalista cattolico, è impegnato a "produrre" un'informazione coerente e portatrice di verità.

Gli "uomini del nostro tempo", dunque: persone che non solo leggono ma navigano nel web, frugano nei motori di ricerca, surfano tra i link alla ricerca di informazioni. E ascoltano. La funzione audio, che *Avvenire* ha implementato per tutti i contenuti on line, sia del sito sia della replica digitale del giornale cartaceo da qualche mese in maniera completa, non è una novità assoluta per i quotidiani. Però nel nostro caso ha almeno due particolarità: la prima è che è fruibile già da mezzanotte, quando va on line la prima edizione digitale del quotidiano, in netto anticipo rispetto agli altri giornali, per non parlare della copia cartacea, ancora in fase di stampa sulle rotative. Coloro che hanno attivato un abbonamento digitale

o hanno acquistato una o più copie digitali (per gli abbonati del cartaceo l'accesso è compreso nell'offerta, senza sovrapprezzo, mentre chi vive all'estero gode di un considerevole sconto), a notte fonda possono accedere all'edizione del giorno dopo sul Pc dal banner "Oggi in edicola" dalla home page del nostro sito web, o, attraverso le applicazioni dedicate: su iPad, iPhone, ma presto anche sugli altri sistemi operativi più comuni come Android. Poi possono selezionare ogni articolo, dall'editoriale al pezzo breve, e farselo leggere da un sintetizzatore vocale di ultima generazione, che offre una voce naturale e senza fastidiosi timbri meccanici stile navigatore...

La seconda particolarità è che il sistema di lettura audio dell'intero giornale è il frutto di una storia di attenzione alle persone svantaggiate che è diventata ricerca costante delle soluzioni tecnologiche più adatte a loro. *Avvenire* infatti da tempo collabora con associazioni che si occupano di persone con disabilità e con le quali è alla continua ricerca di soluzioni tese a migliorare il prodotto offerto. Da queste collaborazioni, per molti versi pionieristiche, è nata quella che oggi è la lettura audio del giornale. E il percorso dell'innovazione continua.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Abbonati. E per gli affezionati c'è anche una newsletter

È poco più di una neonata, ma ha già molti ammiratori: la newsletter di *Avvenire* è frutto della volontà di stare sempre più in contatto con i propri lettori. Alle sei del mattino, quando le copie cartacee stanno raggiungendo le loro destinazioni in tutta Italia, gli utenti che si sono registrati al servizio (sono già oltre 8 mila) ricevono una email con la newsletter che contiene tutti i titoli della prima pagina del giorno, i link attivi per leggere l'articolo nel sito e la lettera con risposta del direttore.

Applicazioni in continuo aggiornamento. Sui social network una presenza costante e "intelligente", con la condivisione di contenuti di qualità



Strumenti Ora i contenuti anche su libro elettronico

All'appello dei device (gli "attrezzi" digitali: tablet, smartphone...) tramite i quali è possibile accedere ai contenuti di *Avvenire* mancano solo gli e-reader, cioè i lettori di libri digitali. Anzi, mancavano. Perché - questa è l'ultima novità introdotta da *Avvenire* - le copie del giornale sono disponibili anche in un formato e-pub e sono quindi scaricabili e sfogliabili da chi preferisce questa particolare esperienza di lettura, molto più simile a quella "naturale", con la carta in mano, rispetto a quella offerta da tablet e smartphone.