

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE,
GIURIDICHE E STUDI INTERNAZIONALI

Corso di Laurea Triennale in
Scienze Politiche, Relazioni Internazionali e Diritti Umani

**Il declino della carta stampata
nell'era di internet.**

Relatore
Prof.ssa
Marco Almagisti

Laureanda
Rebecca Stevanella
Matricola 2003619

Anno Accademico 2023/2024

Indice.

1. Introduzione.....	4
2. La storia del cartaceo	6
2.1. La nascita della stampa	6
2.2. La nascita del giornale	15
3. Confronto tra digitale e cartaceo	22
3.1. Le caratteristiche della comunicazione cartacea	22
3.2. Le caratteristiche della comunicazione digitale	32
3.3. La prevalsa del digitale	36
4. Il punto di vista collettivo	42
4.1. Analisi del pensiero pubblico	42
5. Conclusione	62
6. Bibliografia e Sitografia.....	63
7. Dati Excell	67

1.INTRODUZIONE

“La stampa è per eccellenza lo strumento democratico della libertà.”¹ Si esprimeva così uno dei più importanti filosofi/politici (Ex ministro degli affari esteri) francesi di pensiero liberale, ovvero Alexis de Tocqueville.

Questa famosa citazione è riassuntiva del vero scopo di questo elaborato, ovvero descrivere l'importanza della carta stampata e le evoluzioni che questa ha subito nel corso degli anni, fino all'arrivo e alla prevarsa delle forme digitali. La citazione esprime al meglio il ruolo decisivo che ha avuto l'invenzione della carta stampata nella democratizzazione del pensiero, ovvero nella diffusione di cultura ed informazione ad un numero sempre più ampio di persone. Basti pensare che la stampa è da sempre stata il principale mezzo di propaganda, e che senza di essa molte delle libertà e dei diritti che oggi possediamo non ci sarebbero.

Per descrivere al meglio questo concetto, si è deciso di strutturare l'elaborato in 3 punti fondamentali:

- Il primo capitolo riguarderà la parte storica della nascita della stampa e tutte le sue tappe evolutive fino ai giorni nostri, con una seconda parte che si focalizzerà in particolare sulla nascita del giornale, considerato come principale strumento di diffusione di notizie di massa.
- Il secondo capitolo sarà molto più tecnico e descrittivo, infatti si andranno a descrivere le principali caratteristiche che identificano sia la comunicazione

¹ << www.tesorisommersi.wordpress.com >> “La stampa è per eccellenza lo strumento democratico della libertà.”

cartacea che quella digitale, e una terza parte dove si spiegheranno i principali motivi che possono portare alla prevalsa del digitale sul cartaceo.

- Il terzo e ultimo capitolo presenterà, invece, una struttura sperimentale. Dopo aver sviluppato un questionario per capire se le persone comuni preferiscano informarsi con mezzi cartacei o digitali, verrà commentato domanda per domanda, con dei brevi collegamenti agli argomenti esposti nei capitoli precedenti.

Lo scopo dell'elaborato è dare una visione completa a 360° per descrivere quella che è stata la nascita della carta stampata e dei giornali, per arrivare alla nascita del mondo digitale e quindi all'inizio del declino del mondo cartaceo. Per raggiungere questo obiettivo si utilizzeranno tre punti di vista principali: quello storico, quello tecnico/descrittivo e quello sperimentale (questionario).

2. LA STORIA DEL CARTACEO

2.1. La nascita della stampa

La necessità di comunicare è da sempre stata un'esigenza fondamentale per l'umanità. Il bisogno di raccontare una storia, di lasciare un ricordo, di prendere nota di un dato, e tanti altri motivi, hanno spinto l'uomo a inventare nuovi metodi di comunicazione, in modo da poter trasmettere una maggior quantità di informazioni a una maggior quantità di individui. L'uomo ha sempre cercato, sin dai primi giorni, di lasciare una traccia della propria esistenza e di tramandare le nozioni acquisite anche alle generazioni che lo avrebbero seguito. Questo bisogno ha fatto sì che nascessero le prime forme di lingua parlata, di segni sulla pietra, disegni su pergamena ecc.; fino ad arrivare all'invenzione della scrittura. Questa, infatti, permette di lasciare un ricordo, riportare un dato economico, raccontare una storia o comunicare qualsiasi informazione a un numero svariato di individui, anche di epoche successive. A differenza della parola, che veniva modificata di bocca in bocca quando veniva raccontata dai vari interpreti, a cui ne era stata affidata la diffusione (a loro piacimento, o in base alle volontà altrui), la scrittura (a meno che non venga modificata volontariamente/manomessa) rimane per sempre la stessa: un punto indelebile nella storia. Trascrivere a mano i vari racconti o i vari momenti storici era un lavoro lungo e faticoso, affidato all'estrema pazienza degli amanuensi. La diffusione dell'informazione ovviamente era limitata, e il numero dei manoscritti abbastanza residuo. Questo porta l'uomo a reinventarsi e inventare un nuovo modo di scrivere, che sia più rapido ed efficace, soprattutto per raccontare notizie quotidiane, o trasmettere informazioni veloci.

È così che nascono le prime forme di stampa, da cui inizierà anche lo sviluppo di questo elaborato.

Si prenderanno in considerazione le tappe fondamentali, in modo da andare a descrivere al meglio, in modo conciso, la nascita e l'evoluzione della carta stampata, fino ad arrivare alle nuove forme di comunicazione dell'epoca odierna.

La stampa a caratteri mobili, ovvero la prima forma di stampa in modo semiautomatico, in contrapposizione alla classica attività di scrittura manuale, come quella degli amanuensi, viene inventata in Cina, intorno al 1041 dall'inventore cinese Bi Sheng². Questa prima forma di stampa consisteva in stampi di legno o argilla dei singoli caratteri (in questo caso cinesi), i quali venivano ricoperti di inchiostro per poi essere premuti contro la carta o la pergamena. Si trattava di comporre una pagina in legno con vari caratteri che rispecchiassero il testo desiderato, in questo modo, una volta ricoperta di inchiostro, si poteva utilizzare per “stampare” più volte la stessa pagina sui fogli di carta, come una specie di timbro. Questa invenzione ha sicuramente contribuito a sviluppare le più moderne metodologie di stampa.

Tralasciando questa particolare digressione storica, si può definire che la vera e propria nascita della stampa, intesa come la conosciamo noi, risale al 1450 e viene attribuita all'artigiano tedesco Johann Gensfleisch zur Laden, più comunemente detto Johann Gutenberg, per via del nome della casa in cui era nato (“Höfe zum Gutenberg”)³. Quest'ultimo inventò un nuovo metodo che permetteva di stampare molteplici copie di qualsiasi testo attraverso l'utilizzo di lettere o tipi metallici. Si trattava di una pressa la quale grazie a questi caratteri di metallo ricoperti di inchiostro permetteva di

² << www.italian.cri.cn >> “La stampa a caratteri mobili della Cina”

³ << www.storiang.it >> “Gutenberg: la rivoluzione delle lettere metalliche”

copiare/stampare molteplici pagine dello stesso testo, con una velocità straordinaria per l'epoca di allora. Il testo più importante ad essere copiato fu ovviamente la Bibbia, anche se non il primo; infatti, prima vennero copiati dei testi inferiori con caratteri meno eleganti (questi funsero da prova sostanzialmente). La prima Bibbia fu stampata in 180 copie⁴. Questa novità segnò una rivoluzione importantissima, in quanto diventò possibile diffondere la propria cultura e il proprio modo di pensare in un modo decisamente più rapido rispetto al lavoro degli amanuensi. I testi, inoltre, venivano replicati in svariate copie e diffusi in giro per il mondo, diffondendo informazione e cultura a costi decisamente minori, grazie al lavoro di una pressa e non più della sola mano dell'uomo. A confronto con l'invenzione del cinese Bi Sheng, la stampa in questo caso viene realizzata attraverso una pressa e dei caratteri metallici, e non più componendo una pagina con caratteri in legno e argilla che poi venivano girati manualmente. Inoltre venne introdotto l'inchiostro a base oleosa e non più a base d'acqua, questo garantì una maggiore resistenza dei testi al passare degli anni. Ovviamente anche gli stessi caratteri in metallo erano molto più resistenti e permettevano di effettuare svariate copie prima di usurarsi e necessitare di essere sostituiti⁵. Da lì in poi nacquero in giro per il mondo tante tipografie, ovvero luoghi in cui vi erano diverse presse, il cui compito era copiare i vari testi; all'inizio solo di carattere religioso, ma poi anche altre tipologie, come romanzi, eventi storici, testi letterali o matematici ecc. Questo permise una rapida diffusione della cultura, che a sua volta portò a nuove invenzioni ed a un costante miglioramento dello standard di vita delle persone di allora.

⁴ << www.pixartprinting.it >> "La breve storia della stampa"

⁵ << www.pixartprinting.it >> "La breve storia della stampa"

Questa importantissima invenzione fu la causa della cd “democratizzazione del pensiero”, ovvero la possibilità di conoscere determinate cose per un numero più ampio di individui, grazie alla presenza di un maggior numero di testi che erano “liberi” di circolare per il mondo e da cui attingere cultura. Questa rapida diffusione della cultura, e soprattutto la voglia delle persone di informarsi sempre di più, portò alla nascita delle accademie e delle facoltà in giro per l’Europa, le quali potevano, grazie alla stampa, disporre di vari testi per gli studi dei propri accademici. Da questo momento la cultura non apparteneva più esclusivamente agli ordini ecclesiastici, ma iniziò a farsi spazio anche tra soggetti di diverso rango (laici)⁶. Infatti, prima dell’invenzione di questo tipo di stampa, i testi a disposizione erano pochi e ovviamente per questo motivo erano accessibili quasi esclusivamente alle classi più benestanti: ovvero il clero (che doveva diffondere il pensiero cristiano e quindi leggere almeno la Bibbia) e l’aristocrazia del tempo.

Ovviamente i libri all’epoca erano una delle principali forme di intrattenimento e il numero di persone che desiderava possederli aumentava di giorno in giorno. Infatti, il periodo che va dalla prima metà del ‘400 fino alla fine del secolo in questione, è soggetto a diversi tentativi di innovazione per accelerare la produzione/copia di libri in tempi sempre minori. Oltre alla stampa a caratteri mobili di Gutenberg di cui si è parlato finora, vi sono ulteriori innovazioni che provarono a dare un risvolto alla storia. Ad esempio, poco prima dell’invenzione di Gutenberg, nacquero anche la “scrittura mercantesca” e la “xilografia”. La prima non è definita una forma di stampa, ma bensì un tipo di scrittura. Si è deciso di citarla in questo elaborato in quanto semplificava il modo di rendicontare i commerci e fare economia, permettendo di produrre un maggior quantitativo di documenti economici in minor tempo (quindi un concetto molto simile alla stampa), e

⁶ << www.trieste.unicusano.it >> “Invenzione della stampa: cronostoria e protagonisti”

questo portò ad una diffusione di cultura e ad uno sviluppo generale dell'economia del paese. Nasce in Italia, dove la continua crescita dei commerci della borghesia di allora, necessitava di una forma di rendicontazione più accurata che semplificasse, velocizzasse e sistematizzasse maggiormente l'economia di questo settore. Si sviluppa, infatti, dalla necessità dai commercianti e dagli artigiani dell'epoca di:

- Possedere libri di conteggio dove poter registrare le entrate e le uscite generate dagli scambi commerciali;
- Avere dei documenti che li aiutassero a fare gli inventari della propria merce;
- E avere delle ricevute fiscali per gestire al meglio l'economia⁷.

Questo tipo di scrittura ebbe molto successo e iniziò ad essere insegnata ai vari mercanti, i quali l'apprendevano facilmente, anche perché non era in latino ma in lingua volgare. La Toscana fu la regione dove si sviluppò maggiormente già dai primi giorni della sua invenzione, ma in poco tempo ebbe una diffusione generale anche negli altri territori italiani e oltre. I motivi del suo rapido sviluppo e diffusione sono riconducibili alla semplificazione della scrittura che portò per i commercianti: questa infatti era caratterizzata da alcuni elementi chiave (oltre a, come già detto, essere in lingua volgare e non latina) come la forma delle lettere che era molto meno elegante e più di stile "stampato", le lettere, ad esempio, erano molto più rotonde e schiacciate, le aste erano più slanciate, vi era assenza di punteggiatura o maiuscole ecc. Questa scrittura ebbe talmente successo che incuriosì anche i letterati di allora; famoso è infatti il Decamerone di Boccaccio che la rese ancora più famosa.⁸

⁷ << www.trieste.unicusano.it >> "Invenzione della stampa: cronostoria e protagonisti"

⁸ << www.trieste.unicusano.it >> "Invenzione della stampa: cronostoria e protagonisti"

La xilografia, invece, era una vera e propria forma di stampa (o meglio dire di copiatura) e veniva utilizzata soprattutto per le immagini o le figure. Nasce anch'essa in Cina, molto prima della stampa a caratteri mobili di Gutenberg, ma inizia ad essere utilizzata in Europa all'inizio del XV secolo. Consiste in un'incisione a rilievo e questo la rendeva ideale per la stampa, in quanto la matrice di legno veniva inserita nelle forme tipografiche, permettendo così di stampare sia testi che immagini contemporaneamente⁹. Questa era utilizzata invece, a differenza della scrittura mercantile che era praticata nei documenti economici, durante la “stampa” di romanzi e testi ecclesiastici.

Come detto finora, durante il XV secolo, inizia in tutta Europa lo sviluppo di nuove tecniche per la stampa e la diffusione di un numero maggiore di testi sia letterali, religiosi che economici. Lo stesso fenomeno avviene anche in Italia durante la seconda metà del secolo citato. Il nostro Paese era infatti una delle mete predilette dai tipografi tedeschi, soprattutto per la presenza di monasteri (dove avveniva già la copiatura manuale) e molto materiale da stampare (testi religiosi soprattutto, ma anche grandi classici) di interesse mondiale. Due tipografi tedeschi in particolare danno via alla storia della tipografia in Italia: Arnold Pannartz e Konrad Sweynheym. Questi due raggiungono nel 1464 il monastero di Subiaco, vicino a Roma, già famoso per l'attività svolta dai suoi amanuensi, dove decidono di stampare, però, dei testi classici e non religiosi. Le loro prime tre opere stampate sono infatti:

- il De oratore di Cicerone
- il De divinis institutionibus di Lattanzio

⁹ << www.treccani.it >> “Xilografia”

- il De civitate Dei di Sant'Agostino.¹⁰

Da lì in poi decidono di spostarsi prima a Roma e poi a Venezia. Proprio quest'ultima diventerà il centro più importante in Europa per quanto riguarda la carta stampata. Anche le altre città italiane verso la fine del '400 diventano sempre più importanti per quanto riguarda la stampa, e ognuna di esse sviluppa/si specializza in determinati generi di stampa: per esempio Venezia diventa famosa per i testi di diritto o quelli filosofici; Firenze e Milano si concentrano maggiormente su testi di carattere religioso o opere letterarie; Bologna diventa famosissima per le sue opere di diritto o scientifiche, soprattutto astronomiche ecc.

La tecnica della stampa da lì in poi subì svariati aggiornamenti, ma rimase pressoché uguale fino alla fine del '700, quando venne introdotta una nuova tecnica che permetteva di stampare immagini o figure a colori: la litografia. Essa venne inventata a Praga nel 1796 da Alois Senefelder, al tempo scrittore e attore, che sfruttò la tecnica chimica dell'immiscibilità tra olio e acqua, attraverso l'utilizzo di una pietra speciale e svariati materiali¹¹. Le immagini venivano comunque stampate sempre grazie all'utilizzo del torchio, quindi la tecnica era pressoché identica a quella dei testi, la cosa che cambiava era la preparazione delle immagini attraverso questa pietra (pietra litografica).

Finora si è parlato di un metodo di stampa automatizzato, che veniva utilizzato per qualsiasi forma di testo (testi religiosi, romanzi, documenti scientifici, giornali ecc.), ma che richiedeva comunque un importante impegno dell'uomo: non era infatti del tutto meccanizzata/automatizzata ma richiedeva l'utilizzo di molta forza lavoro (erano, infatti, le braccia degli stampatori a muovere il torchio). Questo permetteva indubbiamente di

¹⁰ << www.docenti.unimc.it >> "Storia della stampa"

¹¹ << www.treccani.it >> "Stampare le immagini: la litografia"

stampare molto più velocemente rispetto all'antico lavoro degli amanuensi o delle tecnologie che vi erano prima, ma la domanda cresceva di anno in anno e c'era il bisogno di trovare un nuovo metodo che rendesse questo lavoro ancora più veloce. Nei primi anni dell'800 si era diffuso in vari settori l'uso della macchina a vapore, così l'inventore tedesco Friedrich Koenig nel 1810 pensò di applicarla anche al torchio utilizzato per la stampa, arrivando a stampare circa 800 fogli all'ora¹². La lentezza nella stampa tradizionale a torchio stava nel dover alzare e abbassare la pressa che stampava i caratteri sul foglio; Koenig pensò che con l'utilizzo di due cilindri, uno con i caratteri e uno che premesse il foglio che stava in mezzo sull'altro, la stampa sarebbe andata molto più velocemente. Questa innovazione fu necessaria soprattutto per i quotidiani (giornali o riviste), i quali avevano il bisogno di stampare molteplici copie ogni singolo giorno e in tempi rapidi, in modo da poter avere le copie pronte dalle prime ore del mattino. Da questa esigenza e grazie all'intuizione di Koenig, nel 1846 Richard March Hoe inventa, per il quotidiano di Philadelphia, quella che viene definita la prima rotativa della storia. Il primo prototipo era composto da un cilindro centrale che andava a spingere su altri 4 cilindri minori, dove vi erano impressi i caratteri, dei fogli di carta che erano inseriti manualmente, permettendo di stampare fino a 8.000 copie/ora. Qualche anno dopo, nel 1857 il famoso quotidiano "Times", con una rotativa a 10 cilindri, riuscì a stampare circa 20.000 copie all'ora¹³. Nonostante questi numeri potessero sembrare grandi, non erano ancora sufficientemente veloci per soddisfare la domanda dei cittadini/lettori, soprattutto dei quotidiani, e il punto di maggior rallentamento era dato dal fatto che i caratteri venivano disposti manualmente sui vassoi che servivano per stampare. Per questo motivo

¹² << www.treccani.it>> "La meccanizzazione della stampa"

¹³ << www.treccani.it>> "La meccanizzazione della stampa"

nel 1886 il tedesco Ottmar Mergenthaler inventò la “Linotype”¹⁴. Questa permetteva la composizione automatica dei caratteri tipografici attraverso una tastiera (simile ad una macchina da scrivere) e la loro diretta fusione in unici blocchi di piombo corrispondenti alle righe del testo; una volta finita quella stampa, i blocchetti venivano fusi e si poteva utilizzare il materiale per produrne altri. Questo è il procedimento che tutt’ora viene utilizzato maggiormente per la produzione di grandi numeri di stampa, solo che è stato aggiunto anche un processo intermedio definito “offset” dove si trasferisce il testo su una superficie di gomma che rende la stampa molto più precisa e con qualità superiore.

L’ultima invenzione nella tecnica della stampa è la stampante a laser, inventata nel 1971 dalla Xerox Corporation, dove il processo di stampa avviene tramite dei processi elettronici. Le prime stampanti erano molto ingombranti, per vedere i prototipi da tavolo come li intendiamo oggi bisogna aspettare il 1982, quando vengono inventate dalla società Canon¹⁵. Quest’ultimo metodo ovviamente è il più rapido e preciso rispetto a quelli precedenti, e il più utilizzato ai giorni d’oggi, ma soprattutto ad uso personale; le grandi stampe in serie vengono ancora stampate con la tecnica offset, essendo molto più economica.

Si è ripercorso le principali tappe di evoluzione della stampa (ovviamente tra un punto e l’altro ci sono state varie migliorie ai metodi elencati, ma non si è tenuto necessario soffermarsi in quanto non sono il tema principale dell’elaborato), dando molto risalto soprattutto alla nascita, in quanto questa ha segnalato un cambiamento radicale nella storia e ha permesso l’inizio della diffusione di cultura ad un numero allargato di soggetti, facendo sì che nel corso degli anni diventasse patrimonio di tutti (o quasi).

¹⁴ << www.treccani.it >> “La meccanizzazione della stampa”

¹⁵ << www.pixartprinting.it >> “Breve storia della stampa”

2.3. La nascita dei giornali

Fino ad ora si è parlato della nascita dei vari metodi di stampa, perché si è ritenuto che fosse uno dei fattori principali che ha contribuito alla diffusione di cultura tra le persone comuni. L'elaborato si concentra però nello specifico sui vari metodi di diffusione di informazioni e notizie, ovvero attraverso giornali o forme di comunicazione digitale. È perciò opportuno soffermarsi sulla nascita di questi sistemi, soprattutto quelli che riguardano la carta stampata: principalmente i giornali.

Il bisogno di trasmettere periodicamente informazioni è sempre stato fondamentale nella storia dell'uomo, e questo l'ha portato a produrre continue innovazioni/evoluzioni che gli permettessero di diffondere un quantitativo di notizie maggiore in tempi più stretti. Vi sono molti esempi nel corso della storia di sistemi di diffusione di informazione periodica, anche se la maggior parte avveniva oralmente:

- Durante l'impero romano vi erano gli "Annales Maximi" (atti di cronaca che riportavano i principali avvenimenti dell'anno), gli "Acta Diurna" (ovvero atti giornalieri) e gli "Acta Senatus" (che riportavano gli atti del senato), tutti questi erano degli avvisi per rendere noti alla popolazione gli atti o gli avvenimenti importanti¹⁶.
- Durante il medioevo, invece, la maggior parte delle notizie veniva trasmessa oralmente, anche se durante l'VIII secolo vi erano dei rari casi di cronache e annuali scritti.

¹⁶ << www.nastrorama.it >> "La scrittura al tempo dell'Impero Romano"

- Durante il XV secolo in Germania iniziarono a comparire le prime lettere giornaliere, utilizzate soprattutto dalle banche per la diffusione dei dati relativi alle loro attività; si svilupparono poi anche nei principali centri di affari come Genova, Anversa, Venezia ecc.¹⁷

Ovviamente l'inizio della diffusione di massa delle notizie nasce vicino all'invenzione di Gutenberg di cui si è parlato precedentemente. Con l'inizio della stampa meccanica, iniziarono, nel XV secolo, a circolare molte informazioni e molti tipi di documenti, come ad esempio i bollettini commerciali, ovvero fogli numerati che venivano messi a disposizione della popolazione. In Italia, in quel periodo nascono le gazzette, ovvero una sorta di piccoli periodici, composti da poche pagine (spesso anche solo 2), che trattavano soprattutto notizie della corte o di carattere locale, e quindi (come per i libri) sottoposti a forte censura da parte dei nobili (o del governo). Il nome gazzetta deriva dal costo che avevano queste pubblicazioni, ovvero una moneta di argento, detta allora "gazeta" (gaxeta in veneziano)¹⁸. Da lì a poco iniziarono a comparire anche le prime riviste o periodici specializzati in argomenti culturali o letterari. Per i tempi di allora queste nuove forme di diffusione delle notizie erano molto interessanti, tanto che la domanda continuò a crescere di anno in anno. Da lì a poco, nel 1660 nacque a Lipsia il primo quotidiano della storia: "Leipziger Zeitung"¹⁹. Questo, seppur uscisse quotidianamente, la maggior parte delle volte riportava notizie datate: la mancanza di validi sistemi di comunicazione non permetteva una diffusione quotidiana di notizie che riguardassero le ultime 24h. Da lì in poi si svilupparono anche ulteriori sistemi di comunicazione (come ad esempio il sistema postale) e si migliorò il metodo di stampa tipografica, permettendo una rapida

¹⁷ << www.alessandrighiani.it>> "La diffusione delle notizie, un'esigenza antica"

¹⁸ << www.edatlas.it>> "La nascita dei giornali"

¹⁹ << www.alessandrighiani.it>> "La diffusione delle notizie, un'esigenza antica"

diffusione e la nascita di molti quotidiani in giro per l'Europa. In quegli anni era in corso anche la rivoluzione industriale, e l'Inghilterra oltre ad essere il centro di questo fenomeno, diventò nel giro di poco tempo anche il centro Europeo per quanto riguardava la diffusione delle notizie, ovvero la diffusione dei quotidiani (o di forme simili di scrittura): ad esempio dal 1702 e per circa i 30 anni successivi, il "The Daily Courant" uscì senza interruzioni, diventando un valido esempio da seguire per tutti i quotidiani del mondo. In Italia nel 1760 diventò famosissima "La Gazzetta Veneta" di Venezia, oppure "Il Caffè" in Lombardia (1764), ispirato all'illuminismo francese²⁰. Si può affermare che dalla fine del '600 fino alla fine del '700 in tutta Europa nacquero svariati tipi di quotidiani o settimanali, alcuni durarono per decenni, altri solo qualche anno; ma era evidente l'interesse generale che la popolazione provava per questi nuovi tipi di scrittura, tanto da richiedere e leggere costantemente alcuni tipi di giornale, conferendogli un certo tipo di "potere" nell'influenzare il pensiero comune. Questo potere diventò ancora più imponente quando i giornali iniziarono a pubblicare inserti pubblicitari per le società (o generalmente per i privati) di allora, grazie alle risorse economiche che quest'ultimi apportavano alle case giornalistiche. Famoso per questo aspetto diventò il "The Times" (1788), che nasce originalmente con il nome di "Daily Universal Register" nel 1785, da un imprenditore londinese²¹. Divenne da subito il quotidiano preferito dagli inglesi, grazie al suo spirito libero: il giornale si definiva infatti privo di influenze politiche (non supportava nessun partito) e ribadiva di non essere esclusivo per una sola classe sociale, ma di essere un giornale "per tutti" i ceti sociali. Famoso anche per aver introdotto la suddivisione degli articoli in piccoli paragrafi, venne definito (insieme ad altri giornali importanti) il "quarto potere" grazie alla sua autonomia, alle battaglie condotte per la

²⁰ << www.treccani.it >> "Giornale"

²¹ << www.treccani.it >> "Giornale"

libertà di stampa e per aver ottenuto il diritto di pubblicare i resoconti parlamentari. È chiaro che questi dati incuriosivano tantissimo la popolazione, la quale era portata ad acquistare giornalmente il giornale, dandogli sempre più fiducia e quindi potere nell'influenzare i pensieri comuni. Fenomeni simili avvennero anche in Francia grazie anche all'introduzione dell'articolo 11 nella Dichiarazione dei diritti dell'uomo: ribadiva la libertà di pensiero e di comunicazione dello stesso nei limiti consentiti dalla legge²². La stampa assunse anche un ruolo decisivo per le rivoluzioni di fine '700, come quella americana e francese, che grazie ai giornali riuscirono a diffondere le proprie ideologie e acquisire consensi tra la popolazione. La "Dichiarazione di Indipendenza", infatti, venne pubblicata in anteprima nel "Pennsylvania Evening Post", che diventò poi il primo quotidiano americano²³. Come nel resto del mondo, anche in Italia i giornali aiutarono e supportarono il Risorgimento e l'Unità d'Italia, come ad esempio "L'Indicatore Genovese" di Giuseppe Mazzini²⁴.

La vera rivoluzione del giornalismo avvenne però verso la metà dell'800, con la nascita della "penny press" negli USA, ovvero quotidiani che venivano venduti a un solo penny, grazie anche al contributo della rotativa (come trattato in precedenza) che diminuiva sensibilmente il costo del giornale. Con questo nuovo tipo di quotidiano, che veniva venduto a prezzi esigui per strada, si ebbe una diffusione di massa delle notizie anche tra le classi meno abbienti dell'epoca. Si sviluppò inoltre anche il mestiere del giornalista, che, ancora oggi, ha il compito di ricercare notizie e fatti, per rendere i vari giornali sempre più ricchi di informazioni e interessanti per i lettori. Iniziarono ad essere trattati anche temi di cronaca, che consideravano ad esempio omicidi o rapine. Tra i giornali più

²² << www.treccani.it >> "Giornale"

²³ << www.controcampus.it >> "Storia del Giornalismo Americano"

²⁴ << www.letture.org >> "Sfogliare il passato. La storia nei giornali italiani"

famosi di questo genere nacque in quegli anni, precisamente nel 1851, il “The New York Times” (anche oggi uno dei giornali più influenti al mondo)²⁵. Da lì in poi i giornali statunitensi furono fonte di ispirazione per quasi tutti i giornali del mondo.

Iniziarono così a nascere in tutta Europa i giornali come li conosciamo noi oggi (più o meno), e anche in Italia nacquero le prime importanti case giornalistiche ispirate dalla “penny press” newyorkese. Tra i più importanti ci sono ad esempio (i giornali elencati sono scelti casualmente, per cercare di coprire anche più città italiane sia del nord che del sud):

NOME	CITTÀ	ANNO
LA NAZIONE	FIRENZE	1859
IL GIORNALE DI SICILIA	PALERMO	1860
IL CORRIERE ADRIATICO	ANCONA	1860
L'OSSERVATORE ROMANO	ROMA	1861 (primo quotidiano dell'Italia unita)
L'ARENA	VERONA	1866
IL CORRIERE DELLA SERA	MILANO	1876
IL MESSAGGIERO	ROMA	1878

²⁵ << www.cronologia.leonardo.it>> “Breve storia del giornale”

LA GAZZETTA PIEMONTESE (LA STAMPA)	TORINO	1867 1895
IL PICCOLO	TRIESTE	1881
IL MATTINO	NAPOLI	1892
LA GAZZETTA DELLO SPORT	MILANO	1896 (settimanale) (quotidiano dal 1919)

26

Ovviamente subito dopo l'Unità d'Italia, lungo l'intera penisola, c'era ancora un'alta percentuale di analfabetismo, e questo rese più difficile la diffusione di grandi testate giornalistiche, come nel resto dell'Europa (ad esempio in Inghilterra). Per questo motivo lo sviluppo e la crescita economica dei principali giornali andò a rilento rispetto al resto del mondo, anche perché l'industrializzazione in Italia iniziò alla fine del 800, e quindi si dovette attendere per i primi finanziamenti seri da parte delle società. Anche la pubblicità nei primi quotidiani, infatti, era quasi inesistente e quando presente spesso posizionata nell'ultima pagina: questo non permetteva grandi impatti sul bilancio delle testate giornalistiche.

Con lo sviluppo dell'industria nei primi anni del '900, anche i giornali italiani iniziano a svilupparsi e assumere una struttura sempre più simile e importante come quella Inglese o Americana, iniziando ad avere anche un certo potere politico sul pensiero comune. Questo spinse il governo (non solo italiano, ma bene o male in tutto il mondo) a utilizzare

²⁶ << www.carlofigari.it >> "Breve storia dei quotidiani nel mondo"

durante la prima guerra mondiale i giornali come mezzo di propaganda politica e militare. La guerra fu anche una delle principali scuse utilizzate per introdurre la censura preventiva, con la paura che le notizie potessero essere manovrate dalle nazioni nemiche (prassi adottata durante quasi tutte le guerre, anche quelle successive e parzialmente anche quelle odierne).

Dopo la prima guerra mondiale lo sviluppo dei giornali riprese nel resto del mondo; in Italia, però, come in altri stati (Germania o Russia), si stabilì un nuovo potere autoritario e dittatoriale, che provocò un notevole rallentamento dei giornali e della diffusione di notizie. Queste forme di governo necessitavano di avere il controllo totalitario sulla diffusione di informazioni, e per questo imposero censure molto severe o addirittura arrivarono a chiudere alcune testate (considerate contrarie al pensiero politico del governo).

Dopo la fine della seconda guerra mondiale la crescita delle testate giornalistiche riprese anche in Italia come nel resto del mondo, e la diffusione delle notizie aumentò a dismisura. Dai primi anni 50' fino ai giorni d'oggi la forma del quotidiano ha subito costanti variazioni, ma il concetto (la struttura principale) rimane lo stesso. Gli aumenti e i cali delle varie testate giornalistiche nel corso degli anni dipendono da molti fattori: capacità di innovazione, diffusione di notizie esclusive, strutture più moderne e allettanti per i lettori, diffusione di nuovi strumenti di comunicazione come la radio, televisione o internet, ecc.

3. CONFRONTO TRA DIGITALE E CARTACEO

3.1. Le caratteristiche della comunicazione cartacea

L'elaborato prosegue analizzando più nello specifico la branca dell'informazione cartacea pubblica, evidenziando i suoi punti di forza, la sua struttura e l'evoluzione attuale e prossima. In particolare ci si baserà su Periodici, Quotidiani e Giornali Locali dopo un breve appunto sul settore dei Mass Media.

Con "Mass media" si intende l'insieme di tecnologie che si sono sviluppate attorno alla realizzazione e diffusione di cultura ed informazioni su larga scala. Da quando è storia, il primo strumento di massa per la comunicazione è stata la parola stampata che ha contribuito sostanzialmente a diversi cambiamenti sociali e culturali grazie alla trasformazione materiale del linguaggio. Le notizie iniziarono a diffondersi molto rapidamente in ogni parte del mondo raggiungendo intere masse popolari. Il secondo mezzo di comunicazione di massa fu il telegrafo, esso facilitava la comunicazione a distanza attraverso specifici codici; a seguire vi furono ulteriori importanti innovazioni come ad esempio il telefono e la cinematografia. Ma la vera esplosione della comunicazione di massa avvenne nel '900 grazie a radio, televisione e Internet, impattando fortemente, ancora ad oggi, sulla vita di milioni di persone²⁷. In particolare, le nostre vite oggi sono fortemente condizionate dal mondo del web che va a braccetto con ogni innovazione e ha rivoluzionato le relazioni sociali in generale.

²⁷ << www.treccani.it >> "Comunicazioni di massa"

Prendendo in considerazione la sfera italiana, uno dei più importanti mezzi di comunicazione insieme a televisione e radio sono i quotidiani. Quest'ultimi prevedono una pubblicazione, come dice la parola stessa, "quotidiana", ovvero giornaliera (almeno 5 volte a settimana).²⁸ Essi vengono solitamente stampati con carta di scarsa qualità, preferibilmente in bianco e nero e in formato grande. Solo pochi anni fa qualche quotidiano iniziò a stampare almeno una parte della pubblicazione a colori.

La prima pagina di un giornale è sempre caratterizzata dal nome della testata giornalistica del quotidiano in questione, dopodiché si troveranno i titoli considerati più rilevanti e articoli, o parte di essi, per esplicitare le informazioni al lettore. La predisposizione degli articoli è prestabilita secondo criteri specifici. Tradizionalmente: taglio alto, taglio basso e taglio medio. Nella prima pagina solitamente troviamo:

- l'articolo di apertura al centro in taglio alto, che tratta l'argomento principale della giornata;
- l'articolo di fondo in alto a sinistra della pagina, esso espone i concetti di chi racconta l'argomento di una certa importanza;
- l'articolo di spalla in alto a destra della pagina, che consiste in un articolo di opinione ed è il secondo più importante (può essere sostituito da un'immagine).

Tendenzialmente, nel taglio più basso si trovano i sommari, che servono ad accennare ulteriori articoli stimolando così la curiosità del lettore. I contornanti invece richiamano quegli articoli che fungono da sintesi dell'articolo completo presente all'interno del giornale, racchiusi all'interno di una cornice. Quando si ritiene che un articolo è di una

²⁸ << www.dizionari.corriere.it >> "Quotidiano"

certa importanza lo si colloca nella parte alta della pagina, gli si concede uno spazio consistente, vengono utilizzati caratteri tipografici di grandi dimensioni per il titolo e spesso lo si arricchisce con una foto²⁹.

Secondo gli ultimi dati forniti dall'ADS (Accertamenti Diffusione Stampa), società il cui scopo è quello di analizzare i dati di tiratura (ovvero il totale delle copie stampate in Italia e all'estero scarti esclusi), diffusione e distribuzione della stampa pubblicata in Italia, le testate giornalistiche accertate nel 2021 erano 59 mentre nel 2022 60. Nella tabella sottostante è possibile constatare nel dettaglio la quantità di volumi venduti nel 2021 e 2022 con relativa variazione in percentuale. ADS pubblica i dati accertati dopo un lungo processo di verifica che richiede in media 2 anni, in questo caso gli ultimi dati disponibili risalgono al 2022³⁰.

Testata	2022	2021	± %
ADIGE (L')	19.554	20.777	-6%
ALTOADIGE	7.534	8.253	-9%
ARENA (L')	21.484	24.095	-11%
AVVENIRE	16.562	17.643	-6%
CENTRO (IL)	8.413	9.535	-12%
CORRIERE ADRIATICO	9.239	9.957	-7%
CORRIERE DELLA SERA	234.875	234.040	0%
CORRIERE DELLE ALPI	4.306	4.664	-8%
CORRIERE SPORT - STADIO	38.619	41.453	-7%
CORRIERE SPORT-STADIO LUN.	44.955	51.379	-13%
CORRIERE Umbria/AR/SI	4.783	4.933	-3%
DOLOMITEN	30.800	33.018	-7%

²⁹ << www.scribd.com >> “Lezione PPT sulla struttura di un quotidiano”

³⁰ << www.adsnotizie.it >> “Accertamenti Diffusione Stampa”

ECO DI BERGAMO (L')	30.056	32.507	-8%
EDITORIALE OGGI	2.639	3.003	-12%
FATTO QUOTIDIANO (IL)	49.446	51.147	-3%
GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO(LA)	7.361		
GAZZETTA DEL SUD	10.520	12.018	-12%
GAZZETTA DI MANTOVA	13.277	14.881	-11%
GAZZETTA DI PARMA	21.179	23.625	-10%
GAZZETTA DI REGGIO	5.908	6.451	-8%
GAZZETTA SPORT (LA)	98.363	92.786	+6%
GAZZETTA SPORT-LUNEDI (LA)	107.148	114.769	-7%
GAZZETTINO (IL)	39.999	43.393	-8%
GIORNALE (IL)	31.396	37.851	-17%
GIORNALE DI BRESCIA	23.798	25.393	-6%
GIORNALE DI SICILIA	6.591	7.555	-13%
GIORNALE DI VICENZA (IL)	20.194	22.253	-9%
ITALIA OGGI	9.342	11.015	-15%
LIBERO	20.762	22.553	-8%
LIBERTA'	15.251	16.792	-9%
MANIFESTO (IL)	13.168	13.687	-4%
MATTINO (IL)	20.210	22.209	-9%
MATTINO DI PADOVA (IL)	12.452	13.758	-9%
MESSAGGERO (IL)	55.499	60.306	-8%
MESSAGGERO VENETO	29.346	33.085	-11%
NUOVA DI VENEZIA E ME. (LA)	5.470	6.349	-14%
NUOVA FERRARA (LA)	4.531	4.943	-8%
NUOVA GAZZETTA DI MODENA	5.694	5.861	-3%
NUOVA SARDEGNA (LA)	20.946	23.433	-11%

NUOVO QUOTIDIANO DI PUGLIA	7.880	8.440	-7%
PICCOLO (IL)	14.621	16.734	-13%
PROVINCIA (COMO) (LA)	17.744	19.191	-8%
PROVINCIA DI CREMONA (LA)	10.989	12.016	-9%
PROVINCIA PAVESE (LA)	7.843	8.842	-11%
QN-II Giorno	18.703	20.890	-10%
QN-II Resto del Carlino	64.165	70.859	-9%
QN-La Nazione	42.194	47.905	-12%
QUOTIDIANO DI SICILIA	141	123	+15%
REPUBBLICA (LA)	128.933	157.450	-18%
SECOLO XIX (IL)	25.448	28.718	-11%
SICILIA (LA)	6.879	7.698	-11%
SOLE 24 ORE (IL)	95.794	103.761	-8%
STAMPA (LA)	84.473	94.007	-10%
TEMPO (IL)	6.701	7.531	-11%
TIRRENO (IL)	23.547	26.488	-11%
TRIBUNA DI TREVISO (LA)	7.518	8.534	-12%
TUTTOSPORT	23.793	27.247	-13%
TUTTOSPORT LUNEDI'	26.022	30.645	-15%
UNIONE SARDA (L')	26.563	29.399	-10%
VERITA'(LA)	36.061	30.218	+19%

Come possiamo constatare da quanto sopra riportato, sempre meno italiani acquistano quotidianamente il giornale. Solamente 3 testate giornalistiche hanno registrato un aumento dal 2021 al 2022, ovvero La Gazzetta Sport, Quotidiano Di Sicilia e La Verità³¹.

I quotidiani con il maggior numero di vendite nel 2022 sono invece:

1. Corriere Della Sera

³¹ << www.adsnotizie.it >> “Accertamenti Diffusione Stampa”

2. La Repubblica
3. La Gazzetta Sport-Lunedì
4. La Gazzetta Sport
5. Il Sole 24 Ore
6. La Stampa

Vi è una differenza sostanziale delle vendite tra un quotidiano e l'altro, la più rilevante è tra il Corriere Della Sera e gli altri, ad esempio con la testata "La Repubblica" (seconda in classifica), vi è una differenza di circa 100 mila copie vendute. Possiamo anche dire che a differenza degli altri, il Corriere Della Sera, non ha registrato nessun aumento o diminuzione rilevante delle vendite ma si è mantenuto pressoché uguale al 2021. Ad aver registrato una forte riduzione delle vendite è stato proprio il quotidiano "La Repubblica", con un decremento del 18%, passando da 157.450 copie a 128.933 copie vendute.

Negli anni, le vendite dei quotidiani in edicola hanno subito un generale aumento di prezzo, probabile causa anche della progressiva chiusura di svariate attività commerciali di suddetto tipo, più di 110.000 negli ultimi 10 anni³². Una copia del quotidiano del Corriere Della Sera ha oggi un costo di 1,50 euro, nel 2023 invece era di 1,40 euro e nel 2013 di 1,20 euro³³. La Repubblica, invece, nel 2022 ha subito un aumento dei costi di 20 centesimi, arrivando quindi a 1,70 euro³⁴.

³² << www.snagnazionale.it >> "Pubblicità: nel 2023 raccolta positiva per i periodici, negativa per i quotidiani"

³³ << www.corriere.it >> "Il Corriere e l'aumento di prezzo"

³⁴ << www.repubblica.it >> "Da oggi aumenta il prezzo del giornale"

Secondo il sistema Audipress, che monitora in modo continuativo le abitudini di lettura e la fruizione delle principali testate, nel 2023 in Italia i lettori complessivi sono 31,9 milioni, pari al 61,1% della popolazione maggiore di 14 anni; tra questi, i lettori giornalieri sono solamente, in media, 11,7 milioni di persone (22,5% della popolazione > 14 anni). In prima linea, i lettori di quotidiani, appartengono al genere maschile, sono di età maggiore di 55 anni e con istruzione di livello superiore³⁵.

Un periodico, invece, è una pubblicazione intervallata da regolari periodi di tempo, qualunque sia la cadenza di uscita: settimanale, quindicinale, mensile oppure trimestrale. Solitamente i periodici si differenziano da quotidiani e/o settimanali politici in quanto portano a conoscenza a una fetta di popolazione argomenti specifici come ad esempio recensioni di libri o produzioni letterarie, a differenza dei quotidiani che riportano notizie più generiche. I periodici presentano anche una maggiore cura e studio nella stesura degli articoli³⁶. Anche questo mezzo di informazione, però, sta subendo una forte decrescita delle vendite: per i settimanali il sistema Audipress ha rilevato, in una analisi di 7 giorni (quanti lettori acquistano un periodico ogni sette giorni), la presenza di 8,6 milioni di lettori attivi nel 2023 (corrispondente al 16,6% della popolazione maggiore di 14 anni). Nella settimana analizzata la prevalenza di lettori è: di genere femminile, di età superiore a 55 anni e con almeno un diploma di scuola superiore. I lettori di mensili, in una analisi di 30 giorni (quanti lettori acquistano un periodico ogni trenta giorni) nel 2023, risultano 8,1 milioni di persone (almeno una testata di questo tipo nel tempo considerato). In questo caso, la diffusione è distribuita più equamente, infatti, viene accolta dal 56% dei casi da

³⁵ << www.audipress.it >> “Sistema Audipress 2023/II: Disponibili i nuovi dati sulla lettura dei quotidiani e dei periodici in Italia”

³⁶ << www.treccani.it >> “Periodici”

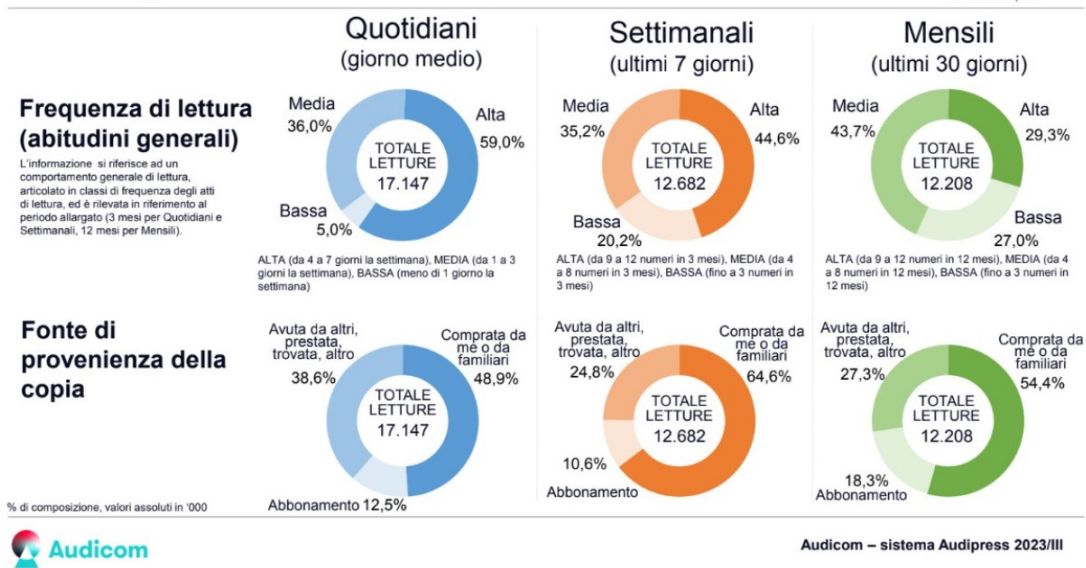
donne e dal 44% di uomini, anche nelle fasce d'età vi è un margine di interesse più ampio, il 30,9% dei lettori è di età compresa tra i 14 e 34 anni, il 36,7% tra i 35 e i 54 anni e il 32,4% da persone di età superiore ai 55 anni³⁷.

Nel 2023, come riporta il seguente grafico, per quanto riguarda i quotidiani (analisi trimestrale) la percentuale di letture quotidiane è considerata alta (59,8%), ovvero avviene dalle 4 alle 7 volte a settimana e la maggior parte delle persone acquista il giornale personalmente o attraverso familiari, mentre solo il 13,3% delle persone possiede un abbonamento. Anche per i settimanali (analisi trimestrale) la percentuale di letture settimanali è considerata alta (45%) ovvero da 9 a 12 numeri in 3 mesi e anch'essi nella maggior parte acquistati personalmente o da familiari; solo l'11% dei lettori possiede un abbonamento. Per quanto riguarda i mensili (analizzati su base annuale) la situazione è leggermente diversa, le letture mensili sono di percentuale media (43,5%) quindi da 4 a 8 numeri in 12 mesi; ma come per i precedenti casi anche i mensili vengono acquistati in prevalenza personalmente e la percentuale più bassa appartiene sempre alla categoria degli abbonati (18,4%).

(segue grafico a pagina successiva)

³⁷ << www.audipress.it >> “Sistema Audipress 2023/II: Disponibili i nuovi dati sulla lettura dei quotidiani e dei periodici in Italia”

Comportamenti di lettura



Audicom – sistema Audipress 2023/III

I giornali locali rappresentano, invece, quella parte di informazione che si occupa di questioni specifiche (politiche, culturali, sociali e sportive) inerenti a zone geografiche circoscritte. La peculiarità di questo tipo di giornali è che qualora vi fossero argomenti di carattere generale di possibile interesse locale, il giornalista ha il compito di approfondirne il contenuto. Sono molteplici i temi che possono essere considerati interessanti a livello locale mentre per i giornali nazionali superflui, ad esempio: attività scolastiche, cronaca locale, atti vandalici, eventi sociali e molti altri. Bisogna considerare inoltre che i giornali locali, nelle relative zone di competenza, spesso hanno un numero di vendite quasi pari alle testate nazionali, ma nonostante ciò, anch'essi hanno subito una forte diminuzione negli ultimi anni. Quello che potrebbe però giovare a loro favore è proprio la località, in quanto in futuro è probabile che le informazioni assumano sempre più un carattere globale e quindi che la visione locale rimanga comunque necessaria. Ma la verità è che questo aspetto ha rispecchiato poche redazioni locali, mentre molte si sono trovate costrette a chiudere o a spostarsi unicamente sul fronte online eliminando così i

costi di stampa³⁸. Possiamo dire che i giornali locali sono gli unici in grado di raccontare le vicende riguardanti la zona di competenza in modo dettagliato, essendo che si occupano soprattutto di notizie specifiche circoscritte ad un determinato territorio, a differenza delle testate nazionali che ogni giorno devo selezionare le notizie più importanti o interessanti per molteplici realtà. In un mondo spinto da una forte globalizzazione, le caratteristiche contrarie della comunicazione locale, potrebbero permettere ai giornali locali di sopravvivere per mancanza di informazioni specifiche da parte dei colossi nazionali.

³⁸ << www.ilpost.it >> “Cosa si stanno inventando i giornali locali”

3.2. Le caratteristiche del digitale

I social media, da “medium” in latino che significa “strumento”, sono un gruppo di applicazioni web che permettono la creazione e lo scambio di contenuti. La loro nascita è strettamente connessa alla necessità di evolvere il web 1.0 in cui l’utente si limitava a leggere e cercare informazioni, essendo quindi passivo nei confronti di internet. Vi era quindi il desiderio di dare voce al popolo del web e con questo intento nacquero nel 1994 le prime chat room per permettere alle persone di connettersi con altre e confrontarsi su argomenti specifici come musica, sport e cinema. A segnare la storia con il primo social media fu l’anno 1997 con SixDefrees.com, nel ‘98 il social registrava già 675mila utenti e aveva delle funzioni verosimili a quelle di Facebook, ovvero creare relazioni digitali tra le persone. In quegli anni, anche i blog entrarono nel mondo web, in essi le persone potevano esprimere pareri personali, opinioni e interessi con il resto del mondo. Con il nuovo millennio, però, vi è la vera e propria esplosione del fenomeno dei social media, nei primi anni 2000 ad esempio nacque LinkedIn, Facebook, Wikipedia, Google e Youtube. In breve tempo i social diventano una piattaforma in cui gli utenti possono confrontarsi, scambiarsi opinioni e la comunicazione diventa orizzontale; nasce il web 2.0³⁹. Ad oggi, vi è una vasta varietà di social presenti nel web:

- Facebook è il più popolare al mondo: nacque nel 2004 grazie a Mark Zucenberg, allora studente universitario, e alcuni suoi compagni di corso. La diffusione del social fu in un certo senso graduale, inizialmente fu messo in uso solamente per gli studenti di Harvard, poi aperto ad altre università e solo dopo al mondo. La qualità riconosciuta di Facebook fu la sua semplicità e intuitività, ma soprattutto

³⁹ << www.webprojectgroup.it >> “Quando e Come sono nati i Social Media?”

l'interfaccia con il mondo intero e l'innovativa possibilità di postare foto e video⁴⁰.

- Instagram è stato fondato nel 2010 e registra oltre 1 miliardo di utenti attivi al mese. Questo social pone al centro dell'attenzione foto e video ma è conosciuto anche per la possibilità di utilizzo di filtri ed effetti per il miglioramento delle immagini.
- Twitter, fondato nel 2006 rientra nella categoria di blog e microblog⁴¹ e permette agli utenti di condividere pensieri, opinioni e messaggi di massimo 280 caratteri.
- LinkedIn permette agli utenti di creare un profilo professionale da esporre agli occhi del mondo, cercare lavoro e condividere i propri traguardi di carriera.
- TikTok è un social di recente annata e si basa principalmente sulla condivisione e creazione di brevi video.
- Youtube, come TikTok, incentra la sua funzione sulla condivisione di video di diverso genere, dall'intrattenimento comico alle notizie di informazione politica, questo social fa parte della categoria content community (piattaforme che non richiedono la creazione di un profilo o informazioni personali dettagliate)⁴².
Registra 2 miliardi di utenti attivi mensilmente.

Questi sono alcuni dei social che hanno cambiato il mondo della comunicazione negli ultimi anni, vi sono poi anche ad esempio: Skype, Snapchat, Telegram, Pinterest e tanti altri.

⁴⁰ << www.gravita-zero.it >> “Quando sono nati i social network? La storia delle reti sociali”

⁴¹ << www.mlpstudio.it >> “Social network e social media”

⁴² << www.insidemarketing.it >> “Social media”

Un altro strumento che spesso viene utilizzato come sinonimo dei social media è il social network, che si riferisce alle relazioni tra gli individui, ad esempio persone unite dai medesimi interessi che proprio intorno ad essi creano una community (religione, cultura, tradizioni, sindacati). I social media hanno la funzione di veicolare la condivisione di informazioni per interagire con altri membri, mentre il social network (rete sociale) si basa sulle singole relazioni, una comunicazione di tipo bidirezionale; il social network è sicuramente un social media ma non è detto che tutti i social media siano social network. Il SixDefrees, ad esempio, raggruppava le caratteristiche del social network: pubblicare contenuti nel profilo personale, gestire richieste di amicizia, messaggistica, la possibilità di visitare profili altrui, ecc⁴³.

I nuovi mezzi di comunicazione hanno anche contribuito a trasformare il lavoro del giornalista; sono quattro gli aspetti del giornalismo che hanno riscontrato maggiori cambiamenti dall'avvento di internet, ovvero: Interattività, Multimedialità, Rapporto spazio e tempo e Competizione su scala globale.

Per interattività si intende il concetto di utente in grado, con il web, di far sentire la sua voce e esprimere le sue opinioni. Questo aspetto è volto a produrre effetti qualitativi sempre migliori.

La multimedialità risiede nel fatto che nel web è possibile trovare contenuti di qualsiasi tipo, senza eccezioni. Il continuo aumentare della velocità di internet è sicuramente un punto a favore di questo elemento.

I giornalisti per i quotidiani online, oggi, hanno a disposizione uno spazio senza limiti e costi quasi nulli per svolgere il loro lavoro. Grazie a questo vi è una maggiore possibilità

⁴³ << www.psicologiadellavoro.org >> “Social media e social network: dalle origini ad oggi”

di approfondire determinati contenuti. Oltre allo spazio indefinito, anche la vita degli articoli ha una durata decisamente superiore alle 24h del giornale cartaceo, questo aumenta la qualità dell'esperienza dell'utente online che ha costantemente la possibilità di fare ricerche anche su argomenti del passato. Se tradizionalmente, i quotidiani, erano abituati a interfacciarsi solamente con realtà contenute, ad oggi con l'ascesa del mondo digitale la competizione si è espansa su larga scala: oltre alla concorrenza tra testate giornalistiche, si sono aggiunti anche altri settori come televisione e radio. Per fronteggiare questo problema, molte testate giornalistiche hanno preferito concentrare il loro lavoro su notizie riferite al territorio d'origine della testata (notizie locali)⁴⁴.

Oltre alle fake news, vi sono altre criticità dei social come ad esempio la possibilità di creare isolamento sociale, la sicurezza dei dati degli utenti e la possibile mancanza di tutela della privacy. Una piccola parte degli utenti sta anche cercando di ridurre l'uso dei social media per tutelare la propria salute mentale, in quanto a volte gli utenti vengono esposti a notizie/informazioni involontariamente e questo, a lungo andare, può causare uno svariato tipo di disturbi nelle persone⁴⁵.

In Italia, i primi quotidiani online risalgono al 1994 e al 1995 e sono rispettivamente l'“Unione Sarda” e l'“Unità”. Inizialmente lo scopo di questi quotidiani era semplicemente riportare nel web il giornale cartaceo con embrionali possibilità di interattività. A seguire, si spostarono sul fronte online anche “Il Sole 24 Ore” e la “Repubblica.it”. Alcune testate pubblicavano online solo una parte di quanto riportavano sul cartaceo ma con gli anni le pubblicazioni divennero complete.

⁴⁴ << www.editpress.it >> “La storia dei siti internet dei principali quotidiani italiani”

⁴⁵ << www.gravita-zero.it >> “Quando sono nati i social network? La storia delle reti sociali”

3.3. La prevalsa del digitale

Possiamo dire che ad oggi è Internet a fare da capo guida nel mondo delle notizie, esso ha rivoluzionato gran parte del sistema giornalistico. Nel web le notizie, ormai, devono essere fruibili quasi in tempo reale. I tempi di caricamento delle informazioni, infatti, sono pressoché istantanei e, questo, da un certo punto di vista agevola il lavoro dei giornalisti. Con gli anni si è creata una sorta di connessione tra il virtuale e la realtà, tutti pretendiamo di essere in costante aggiornamento con l'esterno che ci circonda. Un ulteriore vantaggio di internet sta nel non avere limiti di spazio, che invece possiedono i quotidiani cartacei: non vi è un limite massimo di caratteri, gli articoli possono essere lunghi diverse pagine piuttosto che una manciata di caratteri per esprimere lo stesso concetto, cambia la percezione dell'utente, sta all'abilità del giornalista cercare di esplicitare una informazione cercando di abbracciare quanto più pubblico possibile, cercando di essere il più preciso possibile, evitando così anche la creazione di possibili fake news⁴⁶. Oltre a questo vi è anche la qualità di riuscire a raggiungere un pubblico vastissimo, raggiungendo ogni parte del mondo grazie anche ad un testo privo di limiti a livello di fruizione, quindi libero per tutti, indipendentemente da sesso, classe sociale, età e livello di istruzione, ma anche essere adattabile a tutti i tipi di tecnologie: telefoni, tablet, pc, televisioni, ecc.

Il lettore tra l'altro è anche parte attiva nei confronti delle notizie e delle informazioni online, in quanto è in grado di esprimere un'opinione, avere una reazione e porla al cospetto di milioni di persone; si va incontro anche a dibattiti online tra lettori che si scambiano punti di vista e idee. Il giornalismo tradizionale era invece unidirezionale, si

⁴⁶ << www.buonenotizie.it >> "Giornalismo, l'informazione nell'era digitale: un'evoluzione continua"

passa quindi da un “monologo” a un “dialogo” privo di gerarchie. L’avvento dei social ha avuto un risvolto positivo anche a livello sociale e politico in quanto ora è possibile organizzare con più facilità manifestazioni, eventi, promuovere cause sociali, sensibilizzare e attivare la popolazione su determinati temi⁴⁷. Online vi è anche una sorta di archivio delle informazioni, in quanto, oltre alle news in tempo reale, il lettore può trovare anche informazioni e articoli legati al passato, questo aumenta la qualità di lettura dell’utente. Ma è anche da considerare che nel web, una notizia può avere impatti diversi: può diventare virale o può essere ignorata, può diventare un argomento di discussione/dibattito oppure non essere considerata. Questo può dipendere da tendenze del momento, da interessi che abbracciano una vasta porzione di popolazione o in base agli algoritmi.

Un’ulteriore differenza è il metodo di lettura da parte degli utenti: online l’utente medio legge velocemente il testo, senza concentrarsi sulle singole parole, cogliendone un breve riassunto e se ritiene la notizia di suo interesse, allora, tornerà sul testo per approfondirne il significato.

Una delle più grandi difficoltà del mondo del digitale è quello di conquistare la fiducia dei lettori, in quanto l’ampia varietà di informazioni reperibili sul web spesso scarseggiano di affidabilità ed è proprio questo che le varie testate giornalistiche che approcciano al mondo del digitale devono affrontare: far riconoscere la credibilità delle informazioni e la veridicità delle fonti⁴⁸.

⁴⁷ << www.gravita-zero.it >> “Quando sono nati i social network? La storia delle reti sociali”

⁴⁸ << www.sergiolepri.it >> “Il linguaggio del giornalismo”

La carta stampata va perdendo una delle sue basilari caratteristiche, ovvero fornire semplicemente le notizie ma si trova ad essere un recipiente ricco di notizie che vengono gerarchizzate sulla base di preferenze, interazioni, priorità e contenuti.

Ad oggi le persone hanno a propria disposizione una molteplicità di strumenti tradizionali o digitali, gratuiti o a pagamento su cui poter contare per reperire informazioni. Quello che si può percepire è un mancato equilibrio tra i vari mezzi che porterà presumibilmente ad un superamento degli strumenti più obsoleti. Infatti, essendo sotto gli occhi di tutti possiamo già affermare che vi è una migrazione sostanziale dalle fonti tradizionali quali periodici e quotidiani verso fonti innovative legate ad Internet che sono in grado di fornire al consumatore un'esperienza veloce, personalizzata e il più delle volte gratuita.

Analizzando il settore della carta stampata emerge che da svariati anni essa sta subendo una recessione piuttosto rilevante, caratterizzata in particolar modo da numeri di vendita e ingressi monetari in continua diminuzione, apparendo sempre più come strumento d'informazione marginale. Giorno dopo giorno la carta stampata persegue una lotta alla sopravvivenza nell'era di Internet ma molto spesso vacilla mostrando i suoi punti deboli. Spesso si pensa, erroneamente, alla sfera del digitale ed al cartaceo come due sfere nemiche, ma in realtà sono due mezzi d'informazione con un obiettivo comune. Il giornale cartaceo però deve far fronte all'innovazione e rivedere le sue caratteristiche e funzioni cercando di riprendersi quell'unicità che gli apparteneva anni addietro, altrimenti questo mezzo di informazione finirà per diventare uno strumento utilizzato dai singoli soggetti affezionati.

Come accennato precedentemente, in questa visuale, potrebbero riuscire a far fronte alla crisi dell'informazione i giornali locali grazie ai lettori affezionati delle piccole comunità.

Una possibile manovra utile per i giornali tradizionali potrebbe essere quella di fornire informazioni di approfondimento, riflessione e opinione rispetto ad alcuni temi ed inserire anche un numero maggiore di informazioni cercando di essere concisi e riassuntivi. Vi sarà sempre una piccola fetta di popolazione legata anche alle proprietà concrete della carta stampata come ad esempio: l'odore della carta, la sua ruvidità, leggere parole d'inchiostro e non digitalizzate e il piacere di sfogliare le pagine.

Quanto appena esposto è confermato anche da vari studi e varie ricerche, come il “Digital News Report”, ovvero delle analisi su base annuale per comprendere come la popolazione globale preferisce informarsi, redatte del Reuters Institute (istituto che si occupa di comprendere i vari aspetti del giornalismo ed il suo futuro sulla base di dibattiti e ricerche) in collaborazione con l'Università di Oxford⁴⁹. Su un'analisi del 2020 è emerso che solamente il 29% degli italiani, così come inglesi e americani, pone fiducia nel sistema informativo, la causa potrebbe essere che spesso l'eccesso di informazioni sul web porta a disorientamento, difficoltà di concentrazione fino a non riuscire più a distinguere se una notizia è reale o falsa. A tale proposito, infatti, molti italiani vedono di buon occhio le forme di censura legate alla tutela di chi si informa e alla qualità dell'informazione, cercando così di marginalizzare le fake news (informazioni di base non veritiera o approssimative spesso espresse da persone non di competenza). Il 65% circa degli italiani predilige notizie provenienti da fonti neutrali. La testata giornalistica più affidabile è l'ANSA-Agenzia Nazionale Stampa Associata (prima agenzia italiana di informazione nata nel 1945 i cui principali valori sono: indipendenza, tempestività, completezza e affidabilità)⁵⁰ mentre la meno credibile è Fanpage (giornale online nato nel 2010).

⁴⁹ << www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk >>

⁵⁰ << www.ansa.it >> “Profilo”

Per reperire le notizie online il 27% circa degli italiani si affida ai social media mentre il 37% ai motori di ricerca, il 18%, invece, esegue la ricerca direttamente nella pagina web di una testata in particolare⁵¹.

Un altro dato interessante è il diciottesimo rapporto sulla comunicazione redatto nel dicembre 2022 dal CENSIS – Centro Studi Internazionali Investimenti Sociali (istituto di ricerca socio-economica nato nel 1964 ed interpreti del paese). Questo studio ci riporta ad una considerazione più o meno attuale riguardo i mass media, analizzando strumento per strumento il consumo mediatico degli italiani.

Prendendo in considerazione i telespettatori tradizionali, il satellitare, la tv via internet e il cospicuo numero di utenti che utilizzano la mobile tv, la televisione mantiene la sua fruizione pressoché stabile. I telegiornali, uno dei principali mezzi di informazione con cui gli italiani preferiscono informarsi, nel 2022 hanno subito, mantenendo comunque la loro posizione di preferenza, un calo del 9% degli utenti; una causa potrebbe essere stata la significativa quantità di informazioni che si sono trattate nell'anno considerato. Basti pensare alla pandemia o alle questioni politiche degli anni in corso, gli italiani prediligono notizie frivole come viaggi, cucina, sport ecc⁵². La radio invece è ancora oggi un mezzo di comunicazione all'avanguardia, ne è emerso che l'80% circa degli italiani sono radioascoltatori, prevalentemente attraverso l'autoradio mentre ancora una percentuale residua è rappresentata dagli ascoltatori attraverso pc o smartphone.

⁵¹ << www.reutersinstitute.politica.ox.ac.uk >>

⁵² << www.professionereporter.eu >> “Meno politica, più notizie leggere: come si informano gli italiani secondo il Censis”

Per la stampa invece, punto focale dell'elaborato, la crisi è in continuo aumento, basti pensare che nel 2007 i quotidiani venduti in edicola erano letti dal 67% degli italiani mentre nel 2022 si sono ridotti al 25% (perdendo circa il 41% dei lettori in quindici anni). Dall'altra parte abbiamo i quotidiani online che registrano una continua crescita, il 33% degli italiani ne fa uso, c'è però da notare che questa percentuale è comunque inferiore alla percentuale di utenti che usano i siti web per l'informazione (58%)⁵³.

Alle fine, come riporta il diciottesimo rapporto sulla comunicazione, negli ultimi dieci anni vi è stata una vera e propria rivoluzione dei metodi di comunicazione/informazione che ha mutato soprattutto la figura dell'utente da passivo ad attivo, potendo così diventare protagonista in dibattiti e confronti globali, ma anche primo produttore di contenuti che con l'informazione cartacea non potevano essere messi in atto.

⁵³ << www.censis.it >> “18esimo Rapporto sulla comunicazione”

4. IL PUNTO DI VISTA COLLETTIVO

4.1. Analisi del pensiero pubblico

Dopo aver descritto la nascita della stampa e del giornalismo, e aver esplicitato le principali forme di comunicazione digitale e cartacea, si è deciso di proseguire l'elaborato con un'analisi propria del pensiero collettivo; in modo da poter confrontare se quanto esposto fino a questo punto ha un effettivo risvolto anche nella vita pratica delle persone. Per svolgere questa analisi è stato elaborato un questionario sul tema "digitale o cartaceo" con "Google Forms". Il questionario è stato poi diffuso attraverso due principali canali: gruppi whatsapp e gruppi facebook. Questi erano molto eterogenei tra di loro, in modo da poter coprire tutte (o quasi tutte) le fasce di popolazione: persone giovani e anziane, lavoratori e studenti, persone con diverse posizioni sociali ed economiche, ecc...

L'esito dell'analisi si basa su 321 risposte ottenute.

Il questionario è composto da 18 domande, sia a risposta multipla che a risposta aperta, ed è in forma anonima. Le prime tre domande sono di tipo personale, per riuscire a comprendere a quali e quanti tipi di soggetti il questionario è arrivato. Specificatamente le prime tre domande sono state:

- Il genere della persona con le tre alternative: uomo, donna o se si preferisce non specificarlo. In particolare si è ottenuto 106 risposte dalla popolazione maschile, 215 da quella femminile e 0 utenti hanno preferito non specificarlo. Si può quindi affermare che il questionario presenta risposte da entrambi i generi, anche se in prevalenza da quello femminile, probabilmente perché questo genere è socialmente più attivo sui social media, principale mezzo di diffusione del questionario.

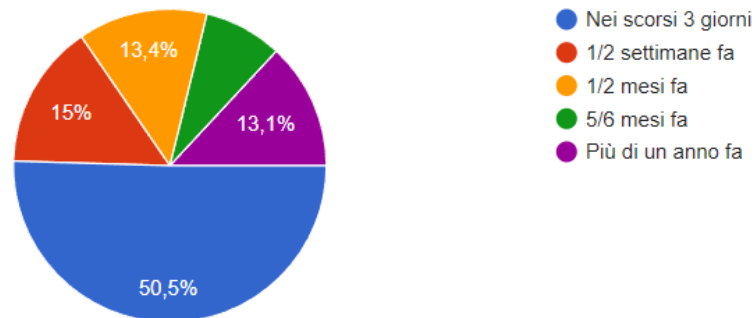
- L'età della persona con risposta aperta. Si è ottenuto risposte da tutti gli scaglioni di età, fondamentale per lo scopo del questionario, ovvero esprimere come ai giorni nostri si informano le persone di tutte le età. L'utente più giovane ha dichiarato di avere 20 anni e il più anziano 82, tra queste fasce le risposte sono state uniformemente distribuite su tutti gli scaglioni fino ai 60 anni, superiori a questi solo 15 utenti su 321. Quest'ultimo punto è sempre riconducibile alla tipologia delle persone attive sui social media o sui gruppi whatsapp (sicuramente in estrema minoranza gli over 60).
- Il titolo di studio della persona con 4 risposte a scelta: scuole medie, scuole superiori, università e altro, dove l'utente poteva specificare se possedeva altri titoli diversi da quelli elencati. Ulteriore quesito importante per poter inquadrare una classe di utenti con livelli di istruzione differenti. Il 54.2% degli utenti ha dichiarato di essersi fermato alle scuole superiori, il 33.3% ha conseguito un diploma universitario mentre il 9.7% si è fermato alle scuole medie. Il 2.8% ha specificato ulteriori studi come master, dottorati, scuole tecnico professionali, ITS ecc.

Il questionario prosegue con 11 domande a risposta multipla, indirizzate a capire se gli utenti sopra esposti, si informano principalmente attraverso la comunicazione digitale o cartacea. Quando si parlerà di “popolazione” o “utenti” si intenderà i soggetti che hanno partecipato al questionario.

La prima domanda:

Quando è stata l'ultima volta che hai letto un giornale/rivista cartaceo/a?

321 risposte

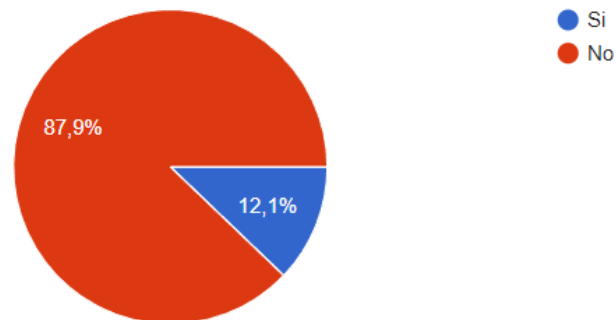


A differenza della tesi da noi sostenuta, ovvero il declino della carta stampata, è possibile notare che oltre la metà degli utenti dichiara di leggere ancora abitualmente le fonti di comunicazione cartacea. Infatti 162 utenti dichiarano di aver letto un giornale/rivista cartaceo/a negli ultimi 3 giorni, e altri 48 negli ultimi 15 giorni. Vi è poi circa 1/7 della popolazione a cui capita di leggerlo molto sporadicamente, infatti il 13.4% dichiara di aver letto un solo giornale negli ultimi 2 mesi. Vi è poi comunque (a sostegno della nostra tesi) circa 1/5 della popolazione che possiamo affermare abbia abbandonato l'informazione cartacea, infatti l'8.1% (26 utenti) dichiara di non leggerlo da almeno 5/6 mesi e 42 utenti di non leggerlo da più di un anno. Le risposte successive contribuiranno a spiegare e in un certo senso a contraddire le risposte di questa domanda. Bisogna anche considerare che molti utenti hanno potuto dire di aver letto il giornale negli ultimi 3 giorni, e magari averne letto una minima parte o solo i titoli principali.

La seconda domanda:

Acquisti spesso il giornale?

321 risposte

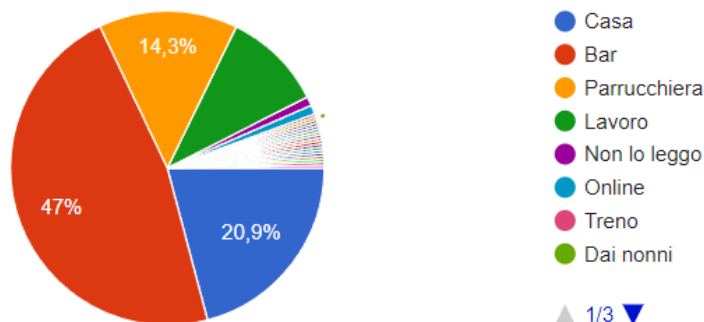


La seconda domanda (che si lega a quella successiva) è stata posta per capire se gli utenti acquistino abitualmente il giornale, o gli capitò di leggerlo da terze persone o in luoghi pubblici. Si può vedere, in sostegno anche a quanto esposto nel capitolo inerente alle caratteristiche della comunicazione cartacea, che le persone acquistano in modo sempre più sporadico il giornale. 282 utenti hanno dichiarato che non acquistano più il giornale cartaceo, e solo 39 il contrario. Nel secondo capitolo si è visto come dal 2021 al 2022, in combinazione a questa domanda del questionario, la maggior parte delle testate giornalistiche nazionali abbiano subito un netto calo di vendite. E come vedremo nei prossimi quesiti, vi è una pluralità decisamente ampia di motivazioni per cui questo fenomeno non fa più parte della quotidianità di molte persone.

La terza domanda:

Solitamente dove ti capita di leggere il giornale cartaceo?

321 risposte



La terza domanda è strettamente legata alla prima e alla seconda. È strutturata con 5 scelte: bar, lavoro, parrucchiere, casa e altro (specificando). Dalla prima domanda “Quando è stata l’ultima volta che hai letto un giornale/rivista cartaceo/a?” ricaviamo che i lettori di informazioni cartacee (di almeno 2 mesi fa) sono circa il 79% (253 utenti), di cui però solo 39 utenti dichiarano di acquistare il giornale. Infatti, la terza domanda spiega in modo decisamente più concreto questo fenomeno, ovvero che il 47% degli utenti legge il giornale al bar, il 14.3% dalla parrucchiera/e, il 10.3% a lavoro e solo il 20.9% a casa (di cui, però, sicuramente una buona percentuale non lo acquista direttamente, in quanto nella domanda precedente solo il 12.1% ha dichiarato di farlo). Il restante 7.5% dichiara di leggerlo soprattutto “per vie indirette”, come ad esempio da parenti o nei studi dentistici o altri luoghi pubblici. In questo punto il quadro dimostra che gli utenti rispetto al passato hanno perso il desiderio di informarsi attraverso la carta stampata e anche la quotidianità legata al mero gesto di recarsi dall’edicolante per acquistare il giornale è andata sfumandosi lentamente negli anni. In linea di massima, la popolazione, da come si è potuto constatare, legge il giornale solamente se gli capita tra le mani nel momento giusto

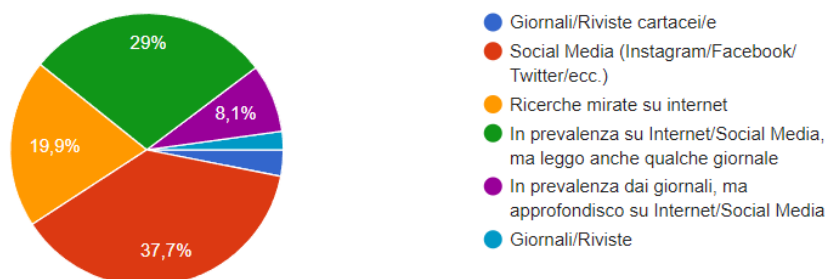
e nel posto giusto; i luoghi più votati infatti sono proprio i luoghi pubblici in cui i quotidiani e le riviste vengono acquistati dal commerciante e non dal lettore finale. Questo fenomeno spiega che gli utenti non cercano più in modo diretto l'informazione cartacea, ovvero non vanno più ad acquistare direttamente il giornale o la rivista, ma le poche volte che la leggono è perché gli capita di trovarselo davanti. Il calo delle vendite dei giornali, come esposto nei capitoli precedenti, può essere legato anche a questo fattore: ovvero che sono principalmente le attività ad acquistare i giornali, per intrattenere i propri clienti, e solo una piccola parte della popolazione li acquista invece in modo diretto.

La quarta domanda:

Da dove apprendi la maggior parte delle informazioni?

 Copia

321 risposte



La quarta domanda prosegue con l'affermazione della tesi dell'elaborato, ovvero la prevalenza del mondo digitale sul cartaceo. Anch'essa strutturata a risposta multipla tra: giornali e riviste cartacee (il pallino in azzurro è una ripetizione per errore del sistema; il colore blu e azzurro possono essere uniti), social media (rosso), ricerche mirate su internet (giallo), in prevalenza su internet ma con letture anche cartacee (verde), e in prevalenza dal cartaceo ma con approfondimenti online (viola). Dai risultati possiamo apprendere

che la maggior parte della popolazione (il 57.6%) si informa esclusivamente tramite strumenti digitali: 121 utenti principalmente sui social media, che ormai svolgono un ruolo cruciale nella diffusione di notizie brevi e impattanti (dopo di che gli utenti se interessati approfondiscono sui vari canali di ricerca); e 64 utenti con ricerche mirate su internet (di solito dopo che hanno appreso le notizie dai telegiornali o dai social o dalla radio). Il 29% afferma poi di informarsi in prevalenza con forme digitali, ma che gli capita raramente di leggere anche dei giornali o delle riviste cartacei/e. Vi è poi una minima parte (8.1%) che si informa in prevalenza con il cartaceo, ma che necessita degli approfondimenti dell'online. Per concludere, solamente 17 utenti su 321 dichiarano di informarsi quasi esclusivamente con notizie che provengono dal mondo cartaceo: un altro dato rilevante del lento, ma sempre più presente, declino della carta stampata.

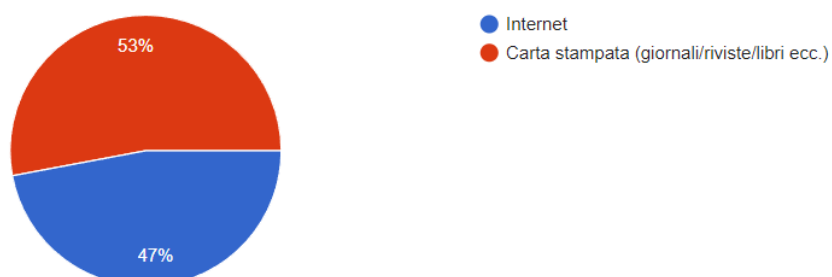
Le prossime 5 domande, invece, servono per comprendere e spiegare i motivi che permettono alla carta stampata di sopravvivere ancora oggi.

La quinta domanda:

Un'informazione ti rimane maggiormente impressa se la leggi su:

 Copia

321 risposte

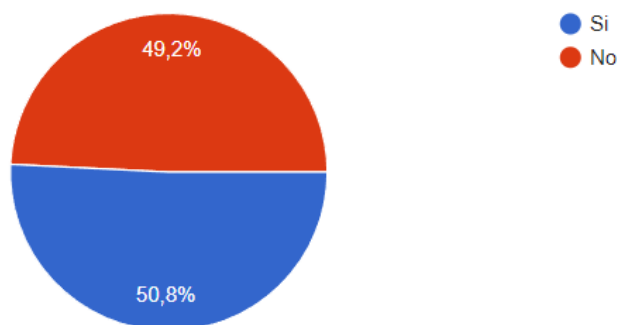


La quinta domanda presenta un concetto abbastanza delicato da comprendere. Il 53% degli utenti (nonostante la quasi totalità abbia dichiarato di andare a cercare le informazioni online) dichiara che una notizia letta da una fonte cartacea gli rimane maggiormente impressa rispetto a una di tipo digitale, per la quale ha votato il 47%. Nonostante le due percentuali siano pressoché in equilibrio, è un dettaglio interessante e strano il fatto che una parte degli utenti che si informa prevalentemente con il digitale, sia colpita maggiormente dalle notizie lette sul cartaceo. I motivi potrebbero essere di varia natura e spesso possono sfociare nella psicologia intrinseca nel singolo soggetto: la carta, ad esempio, ha una certa consistenza, rugosità, un odore unico (ben diverso, quindi, da un tablet o un computer) che potrebbero inconsciamente fare un certo effetto sulla psiche del soggetto, e che dunque memorizzi maggiormente la notizia cartacea, rispetto ad un digitale che scorre con un dito su uno schermo luminoso. Un altro motivo potrebbe essere la quantità di notizie: mentre sul giornale le notizie sono limitate e quindi portano il lettore a restare concentrato su di esse e leggerle con attenzione; online non vi è un limite, e il lettore può continuamente cambiare fonte e approfondire su altri orizzonti, portandolo ad essere meno concentrato sulla notizia stessa e trovarsi anche disorientato dal quantitativo di notizie (una sorta di overdose informativa). Un terzo motivo potrebbe essere che, vista la preferenza degli utenti nel reperire informazioni online, essi siano abituati ad utilizzare quotidianamente determinati strumenti (telefoni, tablet o computer), e che quando capita loro di leggere un'informazione per mezzo cartaceo, quest'ultimo venga percepito come nuovo/inusuale, e per questo l'informazione rimanga più impressa. Queste sono solo delle intuizioni/presunzioni, per comprendere i motivi specifici bisognerebbe intervistare singolarmente soggetto per soggetto la popolazione sottoposta al questionario.

La sesta domanda:

Pensi che la carta stampata sia destinata a sparire?

321 risposte

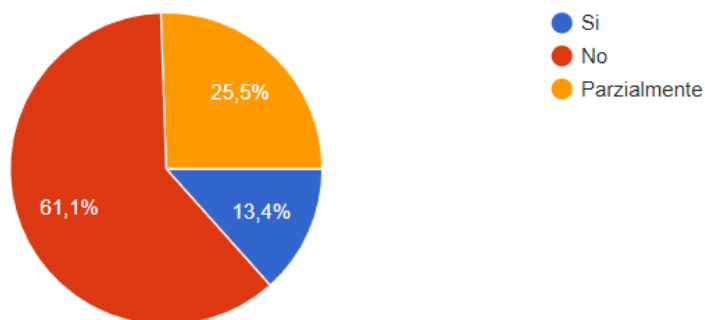


Dalla sesta domanda possiamo constatare che metà dei soggetti pensa che la carta stampata sia destinata a sparire e l'altra metà sia contraria a questo pensiero. Deduciamo dunque che una buona percentuale degli utenti che dichiara di informarsi unicamente attraverso strumenti digitali, dichiara che la carta stampata non sparirà. I motivi di questa constatazione possono essere ricollegati alla domanda precedente, ovvero che gli utenti abbiano comunque un certo rispetto e ammirazione per la carta stampata e per quello che ha fatto nel corso degli anni, e la ritengano ancora troppo importante per poter sparire in modo definitivo. Vi è poi una parte che, come nella domanda precedente, è convinta in modo ferreo della prevalenza del digitale e della scomparsa del cartaceo. Ovviamente la carta stampata fa parte delle nostre vite da molti anni, ed è tutt'ora molto presente, per questo motivo è difficile credere in una sua definitiva scomparsa.

La settima domanda:

Pensi che le informazioni digitali siano più specifiche rispetto a quelle cartacee?

321 risposte

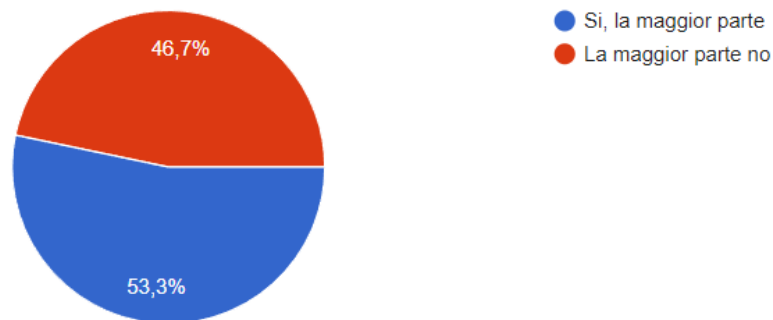


La settima domanda continua sulla falsa riga delle due precedenti. La maggior parte degli utenti (61.1%), nonostante prediliga le informazioni digitali, non pensa che quest'ultime siano più precise/dettagliate rispetto a quelle cartacee. Solo il 13.4% è pienamente convinto del contrario, mentre il 25.5% ne è solo parzialmente convinto. Questo ci consente di dire che la carta stampata è ancora oggi considerata uno dei mezzi più affidabili, anche per il numero limitato di soggetti che possono pubblicare, a differenza del digitale su cui possiamo mettere mano tutti noi, senza alcun limite che definisca chi può affrontare determinati argomenti e chi no. Un altro possibile motivo di queste risposte è che si fa riferimento alla notizia singola, che spesso digitalmente è breve e impattante, ovvero serve per attirare l'attenzione in modo che sia poi l'utente a dover cercare ulteriori approfondimenti; mentre la notizia cartacea (ad esempio un articolo sul giornale) dà sin dall'inizio un numero maggiore e più completo di dati e informazioni, presumibilmente in virtù del fatto che non vi sono poi spazi di approfondimento illimitati, a meno che non vi siano ulteriori articoli nelle pagine successive o non si vada ad acquistare (prendere in prestito) ulteriori fonti cartacee.

L'ottava domanda:

Pensi che le informazioni online siano attendibili?

321 risposte

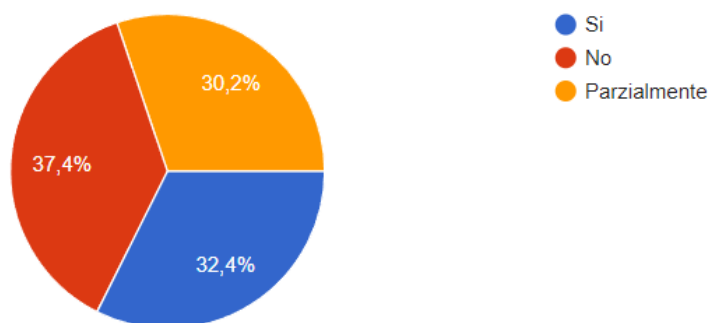


La domanda in questione continua a spiegare che anche le informazioni digitali presentano dei difetti, e che per questo motivo vi sia un rallentamento alla sua completa supremazia sulla carta stampata. Il 46.7% degli utenti pensa, infatti, che le notizie presenti online non sia del tutto attendibili. Il motivo di questa sfiducia è quasi sicuramente riconducibile alla presenza di “Fake news”, ovvero notizie false o non prettamente corrette. Si tratta di notizie che vengono diffuse in rete da soggetti non controllati, e che quindi non presentano un determinato grado di attendibilità. Vi sono poi molti modi per eludere soprattutto gli utenti dei social media, ad esempio con la presenza di titoli accattivanti (non veritieri al 100%) creati solo per far aprire l’articolo (acchiappa click). La presenza di queste notizie cresce con l’aumentare dei soggetti che partecipano alla vita attiva del digitale, e questo rende la credibilità generale delle notizie e delle fonti sempre più bassa. Vi è sicuramente la necessità di un intervento da parte delle persone di competenza per limitare questi fenomeni.

La nona domanda:

Ritieni che le informazioni cartacee siano maggiormente attendibili rispetto a quelle digitali?

321 risposte

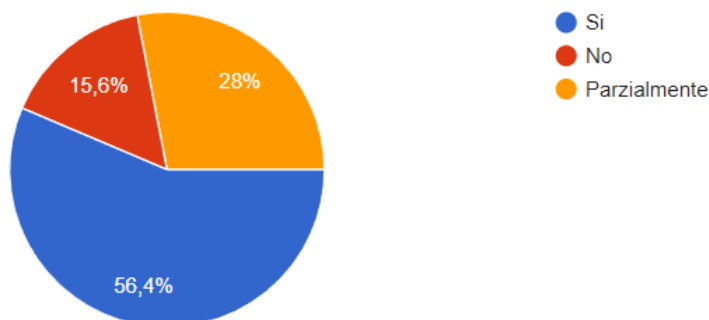


La nona domanda è solo un proseguo dell'ottava. Il 32.4% degli utenti pensa infatti che le notizie cartacee siano più affidabili rispetto a quelle online, il 30.2% ne è parzialmente convinto e solo il 37.4% pensa che questa prevalenza di attendibilità del cartaceo non ci sia. Quest'ultima percentuale è riconducibile alla presenza di soggetti che sicuramente non limitano il loro apprendimento di notizie al primo articolo che appare sui social media, ma decidono di approfondire e fare le proprie ricerche, imparando a riconoscere le fake news e le pagine non affidabili, rendendo in questo modo le notizie digitali del tutto affidabili e sicure per loro stessi. Come anticipato in precedenza le fonti cartacee sono un numero molto più limitato rispetto a quelle digitali, inoltre escono con tempi molto più lenti. Questi motivi permettono alle autorità competenti di svolgere adeguati controlli, e far sì che queste fonti siano considerate più affidabili. Inoltre, molte testate giornalistiche esistono da secoli, mentre molte fonti digitali da pochi anni, e questo influisce sulla fiducia degli utenti.

La decima domanda:

Ti senti generalmente più informato grazie all'utilizzo dei social media?

321 risposte



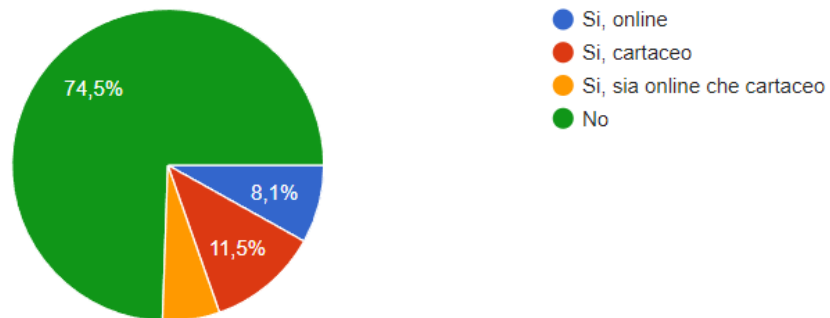
La decima domanda è probabilmente il motivo per cui la maggior parte degli utenti ha scelto il digitale come mezzo preferito per la propria informazione quotidiana. Il 56.4% infatti dichiara di ritenersi maggiormente informato grazie all'utilizzo dei social media, mentre il 28% solo parzialmente. Il 15.6% che dichiara di non esserlo è probabilmente la parte ancora affezionata e fedele alla carta stampata. La prevarica negli ultimi anni sul fronte cartaceo è sicuramente riconducibile anche a questo aspetto, ovvero che il soggetto medio si sente più informato grazie all'utilizzo dei mezzi digitali. I motivi sono molteplici, come ad esempio:

- La rapidità nell'attingere le informazioni (ci vogliono pochi secondi per trovare l'articolo o la fonte necessaria per informarsi su argomento specifico);
- I social sono un mix tra svago e informazione, in questo modo le notizie vengono dosate e veicolate, grazie a degli algoritmi, in base ai gusti e agli interessi dell'utente; tutto ciò rende l'informazione meno pesante e più indiretta;
- I costi sono nulli, oltre all'abbonamento per la rete internet;
- Sui social si entra almeno una volta al giorno.

L'undicesima domanda:

Hai qualche abbonamento a riviste o giornali?

321 risposte



A sostegno della tesi dell'elaborato, la domanda undici esprime un altro concetto del declino della carta stampata. Il 74.5%, infatti, non possiede nessun abbonamento a riviste o giornali cartacei o digitali. Solo l'11.5% possiede abbonamenti esclusivamente cartacei, mentre l'8.1% solo digitali. Il 5.9% li possiede entrambi. Il costo dei giornali e delle riviste, e spesso la loro specificità in determinati argomenti frena la fruizione di abbonamenti da parte degli utenti; i quali preferiscono fare un unico investimento (internet) e poter così attingere a molte più informazioni gratuitamente. Inoltre online vi sono molte più fonti (a volte anche le stesse testate che da cartacee vengono traslate anche sul mondo digitale), che permettono all'utente di essere maggiormente informato senza abbonamenti che magari si limitano ad un solo argomento/interesse.

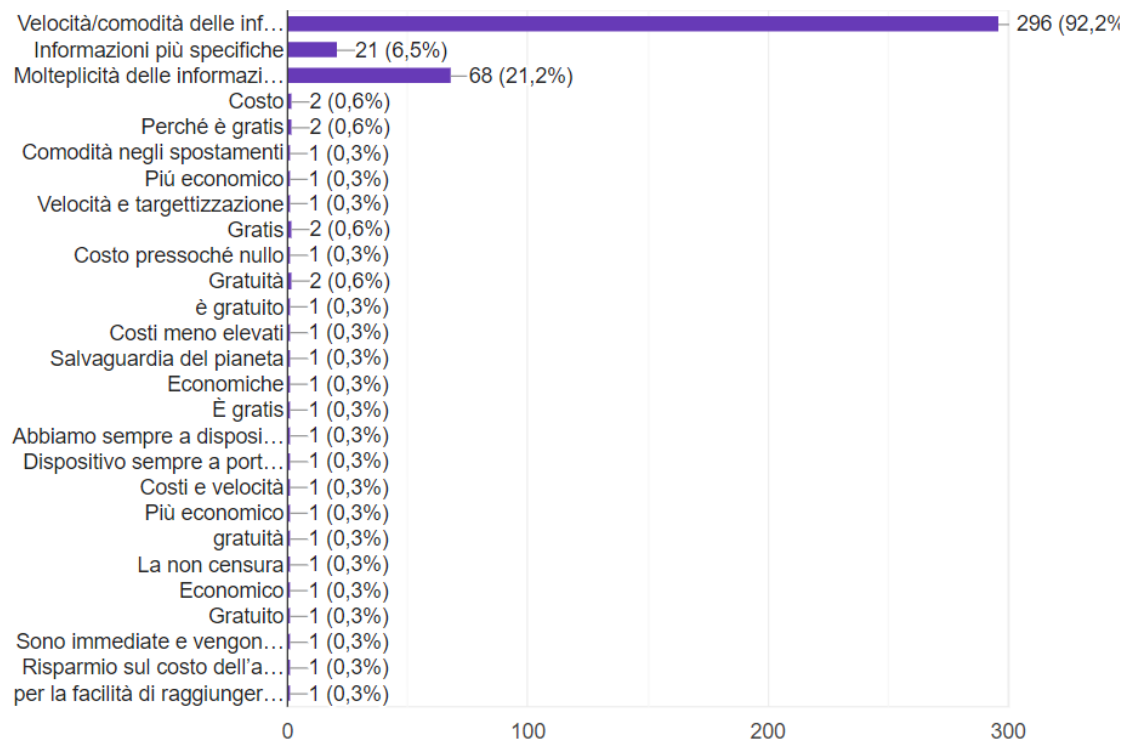
In aggiunta alla decima domanda è stato anche chiesto agli utenti (nella dodicesima domanda) di esprimere quali potessero essere secondo loro i motivi della prevalsa del digitale.

La dodicesima domanda:

Secondo te, quali sono i motivi per cui internet sta prevalendo sulla carta stampata?



321 risposte



La domanda è stata in parte indirizzata con 4 possibilità di scelta (selezionabili anche più di una):

- Velocità/comodità delle informazioni, la quale è stata optata dal 92.2% (296 su 321 utenti), considerata anche nell'elaborato come una delle motivazioni principali della transizione digitale dell'informazione. Il non doversi spostare, l'esiguo tempo necessario per recepire notizie, rendono il digitale uno strumento molto più utilizzato dal cartaceo.
- Informazioni più specifiche, scelta dal 6.5%. Percentuale di minore entità in quanto molti utenti, come esposto prima, temono la presenza di fake news e per questo sostengono il cartaceo come strumento più specifico/preciso.

- Molteplicità delle informazioni, scelta dal 21.2%. Percentuale interessante, sostenuta dalla possibilità nel digitale di informarsi su più argomenti contemporaneamente grazie ad un unico strumento: internet. Mentre con il cartaceo ci sarebbe il bisogno di acquistare diversi giornali o riviste, impiegando maggior tempo di ricerca e costi superiori.
- Altro, dove gli utenti erano liberi di esprimere ulteriori opinioni. In questa sezione 20 soggetti hanno espresso un altro tema trattato durante l'elaborato, ovvero i costi decisamente più bassi rispetto al cartaceo. In particolare 20 utenti pensano che l'informazione digitale sia gratuita o sicuramente più economica rispetto al cartaceo.
- Altre risposte interessanti in questa sezione riguardano l'impatto ambientale che ha la carta sul pianeta. Un argomento non trattato in questo elaborato, ma sicuramente da non sottovalutare: l'impatto dell'inquinamento sta peggiorando in modo significativo sul nostro ecosistema, provocando continuamente disastri ambientali; lo smaltimento dei giornali e delle riviste, per quanto poco (visto l'utilizzo di materiali di scarsa qualità per la creazione dei quotidiani), contribuisce sicuramente ad aumentare questo fenomeno.

Le penultime due domande sono state poste per comprendere quali siano le principali fonti di fiducia sia cartacee che digitali dei 321 utenti che hanno partecipato al questionario.

La tredicesima e la quattordicesima domanda:

Qual è la tua principale fonte di informazione su Internet (nome del giornale, nome della pagina social, nome della rivista, nome del sito, ecc...)? *

Testo risposta breve

Qual è la tua principale fonte di informazione cartacea (nome del giornale/rivista)? *

Testo risposta breve

Tra le principali fonti di informazione legate alla sfera del cartaceo gli utenti hanno espresso le seguenti preferenze:

- Giornale di Vicenza (133 utenti);
- Il corriere della sera
- Internazionale
- La repubblica
- La verità

Tra le principali fonti di informazione del digitale gli utenti hanno espresso tali preferenze:

- Google;
- Ansa;
- Facebook;
- Instagram;
- Repubblica.it.

L'ultima domanda è stata posta agli utenti per capire quali potrebbero essere secondo loro le cause del declino della carta stampata. Leggere queste informazioni ha permesso anche di interpretare le risposte precedenti.

La quindicesima domanda:

Secondo te, quali potrebbero essere le cause del declino della carta stampata? *

Testo risposta breve

Tra le risposte più interessanti gli utenti hanno espresso:

- Ad oggi la maggior parte delle informazioni, se non la totalità di esse, è presente su internet ed è dunque accessibile a tutti tramite il proprio smartphone (strumento di comunicazione presente nella vita di tutti gli esseri umani). Di conseguenza è molto più comodo informarsi online piuttosto che tramite i giornali cartacei: internet è più veloce ed è una fonte di informazione sempre a portata di mano.
- Costi, come detto in precedenza i costi legati al mondo del digitale sono pressoché residui in confronto ad un quotidiano medio il cui costo giornaliero si aggira attorno a 1.50 euro. Ma anche i costi delle testate giornalistiche che si sono affacciate al mondo digitale sono nettamente diminuite: costi di distribuzione, costi di stampa, autorizzazioni ecc.
- Concorrenza a livello globale, la diffusione di internet ha fatto aumentare il livello di competizione che una volta era circoscritto al territorio di origine della testa giornalistica mentre ora si trova a far fronte ad un giornalismo sempre più vasto e diffuso.

- L'archivio delle informazioni: online le informazioni hanno una durata illimitata e questo permette agli utenti di poter reperire informazioni legate al passato mentre le informazioni su carta stampata durano mediamente 24h e conservarle significherebbe conservare fogli di giornale per decenni.
- Il fattore ambientale, lo spreco di carta che con l'utilizzo di smartphone, tablet e pc è stato notevolmente ridotto.
- Comodità delle informazioni, grazie ai social media e a internet è oramai possibile reperire qualsiasi tipo di informazioni ovunque ci troviamo e in qualsiasi momento della giornata.
- L'abitudine alla lettura è sempre meno presente nelle vite dei più giovani e questo è un possibile motivo del declino della carta stampata, in quanto su internet a volte le notizie sono talmente coincise che già dal titolo si percepisce (o così si crede) l'inizio e la fine di un articolo, mentre nel giornale cartaceo le notizie vengono raccontate con maggiori approfondimenti che spesso dilungano la lettura.
- L'influenza politica di alcune testate giornalistiche ha contribuito alla mancanza di fiducia da parte degli utenti nei confronti del giornalismo cartaceo in quanto vi è la difficoltà a trovare giornali cartacei completamente neutrali e imparziali.
- L'opportunità in internet di esprimere le proprie opinioni e avere dibattiti costruttivi su qualsiasi tema, mentre nel cartaceo la comunicazione era unidirezionale.

Si può concludere che la risposta di 321 persone non può sicuramente rispecchiare in maniera fedele il pensiero di un'intera nazione o del mondo intero. Il questionario è stato compilato soprattutto da utenti che risiedono nelle province di Vicenza, Padova e Verona, ovvero i gruppi dove è stato diffuso. Bisogna quindi considerare che i pensieri del

questionario sono circoscritti a un determinato territorio. Nonostante questo, il questionario è stato compilato da gruppi molto eterogeni di persone: generi diversi, età completamente diverse, livelli di istruzione diversi ecc. Questo ci permette di considerare le risposte non del tutto insignificanti. È stato soprattutto interessante ritrovare le stesse nozioni esposte nella parte teorica, riportate direttamente nelle risposte degli utenti.

Il questionario si conclude con la conferma della tesi dell'elaborato, ovvero la maggior parte della popolazione ormai è orientata a una diffusione di notizie digitali, lasciando piano piano decadere la carta stampata. Questa sta diminuendo le vendite di anno in anno, e forse un giorno sparirà a meno che non introduca delle innovazioni. Sicuramente i difetti dell'informazione digitale (come le fake news) le permettono di rallentare questo declino. È comunque indiscutibile che le informazioni digitali sono molto più semplici e veloci da reperire, e questo è un aspetto importante che sta cambiando il modo di pensare delle persone e la storia del mondo in generale, proprio come aveva fatto la carta stampata ai tempi della sua invenzione.

5. CONCLUSIONE

La scelta tra carta stampata o strumenti digitali è molto difficile da comprendere, soprattutto perché ogni soggetto ha i propri gusti e le proprie abitudini che sono difficili da modificare. L'elaborato ha cercato di mantenere una linea il più possibile imparziale, in modo da descrivere in forma oggettiva una storia che parte dalla nascita della carta stampata e arriva alla possibile prevarsa delle forme digitali su di essa. Per dare forza alle argomentazioni esposte durante il lavoro, e oltre a citare molte fonti e ricerche sia nazionali che internazionali, si è deciso di raccogliere il pensiero di un piccolo gruppo di persone (321) da cui si sono potute trarre alcune considerazioni. Dallo studio approfondito e dall'analisi delle risposte del questionario, si può affermare che il digitale ha preso piede nella vita di tutte le persone, ed è destinato a prenderne sempre di più, a dispetto della carta stampata che sta facendo il percorso inverso. Uno dei motivi principali di questo evento è sicuramente l'estrema velocità e la comodità nel reperire informazioni con un motore di ricerca tipo Google, piuttosto che andare a comprare un giornale in edicola. Questo è un fattore scatenante che porterà, probabilmente, al declino della carta stampata. Purtroppo o per fortuna, la vita è in continua evoluzione, e così segue anche per la diffusione di notizie: si vive in un mondo sempre più rapido e soggetto a continui cambiamenti, e non si è sicuri che la carta stampata riesca a starne al passo; internet probabilmente sì.

“La fretta e la superficialità sono le malattie psichiche del ventesimo secolo, e più di ogni altro posto si riflettono nella stampa.”⁵⁴

⁵⁴ << www.aphorism.it >> “Aleksandr Isaevic Solzenicyn”

6. BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- ADS, *“Accertamenti Diffusione Stampa”* << www.adsnotizie.it >>
- Angeli Franco, Censis, *“18esimo Rapporto sulla comunicazione”* << www.censis.it >>
- Balbi Gabriele e Magaudda Paolo, *“Media digitali, la storia, i contesti sociali e le narrazioni”* Editori Laterza
- Barberi Squarotti G., Istituto Italiano Edizioni Atlas, *“La nascita dei giornali”* << www.edatlas.it >>
- Bertolini Martina, Cronologia Leonardo, *“Breve storia del giornale a cura di Martina Bertolini”* << www.cronologia.leonardo.it >>
- Bettini Andrea, Giornali.it, *“La storia dei siti internet dei principali quotidiani italiani”* << www.editpress.it >>
- Boccasanta Lorenzo e Rognoni Filippo, SNAG (Sindacato Nazionale Autonomo Giornali), *“Pubblicità: nel 2023 raccolta positiva per i periodici, negativa per i quotidiani”* << www.snagnazionale.it >>
- Bracco Barbara, Letture.org, *“Sfogliare il passato. La storia nei giornali italiani a cura di Barbara Bracco”* << www.letture.org >>
- Castello Andrea, Psicologia del Lavoro, *“Social media e social network: dalle origini ad oggi”* << www.psicologiadellavoro.org >>
- Congiu Riccardo e Lovato Valentina, Il Post, *“Cosa si stanno inventando i giornali locali”* << www.ilpost.it >>
- De Lamartine Alphonse, *“Gutenberg, L’inventore della stampa”* Luni Editrice

- De Tocqueville Alexis, Atlantidezine, *“La stampa è per eccellenza lo strumento democratico della libertà.”* << www.tesorisommersi.wordpress.com >>
- Di Bello Antonio, BuoneNotizie.it, *“Giornalismo, l’informazione nell’era digitale: un’evoluzione continua”* << www.buonenotizie.it >>
- Fattorello Francesco, Treccani, *“Giornale”* << www.treccani.it >>
- Figari Carlo, *“Breve storia dei quotidiani nel mondo”* << www.carlofigari.it >>
- Gadici Sofia, Professione Reporte, *“Meno politica, più notizie leggere: come si informano gli italiani secondo il Censis”* << www.professionereporter.eu >>
- Ghiani Alessandra, Alessandra Ghiani Giornalista, *“La diffusione delle notizie, un’esigenza antica”* << www.alessandraghiani.it >>
- La Colla Stefano, Treccani, *“Periodici”* << www.treccani.it >>
- Latelier Laure, Scribd, *“Lezione PPT sulla struttura di un quotidiano”* << www.scribd.com >>
- Lepri Sergio, *“Il linguaggio del giornalismo”* << www.sergiolepri.it >>
- Meriano Pina, Inside Marketing, *“Social Media”* << www.insidemarketing.it >>
- Migliaro Maria Giovanna, Audipress, *“Sistema Audipress 2023/II: Disponibili i nuovi dati sulla lettura dei quotidiani e dei periodici in Italia”* << www.audipress.it >>
- Newman Nic, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, *“Overview and key findings of the 2023 Digital News Report”* << www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk >>
- Nosengo Nicola, Treccani, *“La meccanizzazione della stampa”* << www.treccani.it >>

- Pampaloni Luigi, Treccani, *“Stampare le immagini, la litografia”*
<< www.treccani.it >>
- Petrocchi Maurizio, Università di Macerata, *“Storia della stampa”* << www.docenti.unimc.it >>
- Ramírez Pedro Rueda, Storica National Geographic, *“Gutenberg: la rivoluzione delle lettere metalliche”* << www.storiang.it >>
- Redazione, Ansa, *“Profilo”* << www.ansa.it >>
- Redazione, Aphorism, *“Aleksandr Isaevic Solzenicyn”* << www.aphorism.it >>
- Redazione, Blog by Pixartprinting, *“Breve storia della stampa. Dal VI secolo a oggi”*
<< www.pixartprinting.it >>
- Redazione, ControCampus Studenti, *“Storia del Giornalismo Americano”*
<< www.controcampus.it >>
- Redazione, CriOnline, *“La stampa a caratteri mobili della Cina”*
<< www.italian.cri.cn >>
- Redazione, Gravità Zero, *“Quando sono nati i social network? La storia delle reti sociali”* << www.gravita-zero.it >>
- Redazione, Il Corriere della Sera, *“Il Corriere e l'aumento di prezzo”*
<< www.corriere.it >>
- Redazione, Repubblica, *“Da oggi aumenta il prezzo del giornale”*
<< www.repubblica.it >>
- Redazione, Treccani, *“Xilografia”* << www.treccani.it >>

- Redazione, Università Cusano Trieste, *“Invenzione della stampa: cronostoria e protagonisti”* << www.trieste.unicusano.it >>
- Redazione, WPG (Web Project Group), *“Quando e Come sono nati i Social Media?”*
<< www.webprojectgroup.it >>
- Rossi Elisa, MLP Studio, *“Social network e social media”* << www.mlpstudio.it >>
- Sabatini Francesco, Dizionario Corriere, *“Quotidiano”* << www.dizionari.corriere.it >>
- Sardena Massimo, Nastrorama, *“La scrittura al tempo dell’Impero Romano”* << www.nastrorama.it >>
- Wilbur Schramm, Treccani, *“Comunicazioni di massa”* << www.treccani.it >>
- Zanchini Giorgio, *“La cultura nei media”* Carocci Editore.

7. DATI EXCELL

Di seguito vengono allegare le due tabelle di dati che sono state utilizzati per:

- La tabella sulle vendite dei giornali (e tutti i dati che ne seguono)
- Il questionario

Titolo	Periodo annuale	Trimestre	Totale Edizioni giornali (in milioni)						Totale Vendite giornali (in milioni)						Totale Abbonamenti giornali (in milioni)						Note			
			Vendite		Abbonamenti		Totale		Vendite		Abbonamenti		Totale		Vendite		Abbonamenti		Totale					
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		19	20	
ACQUARO	2022	1	20.570	8.174	8.526	8.547	268	7.924	262	907	21	2	434	20.266	0	0	207	47	0	2201	891	0	21.000	
ALFA ROMEO	2022	2	8.390	8.390	1.167	1.167	1.167	7.223	2	2	0	0	167	8.133	109	0	109	0	0	76	200	0	8.437	
ANSA.IT	2022	3	27.271	18.222	11.516	2.517	4	22.088	890	0	0	0	494	21.191	0	0	271	479	0	82	849	0	22.040	
AVVENIRE	2022	4	86.411	8.202	8.433	1.138	1	10.602	16.470	18.224	1.473	0	16.367	71.828	6.722	426	876	0	0	21.718	27.494	27	100.000	
CAPIRELLI	2022	5	11.248	1.004	18	488	0	0	0	0	0	0	1	11.248	0	0	0	0	0	0	0	0	11.249	
COMPTON	2022	6	12.114	8.071	83	276	176	8.208	0	0	0	0	13	12.101	127	0	0	0	0	82	188	0	12.289	
COMPTON ITALIA SPA	2022	7	228.948	107.248	889	24.169	224.910	1.218	107	1.209	1.038	6.070	222.964	102.224	0	0	0	0	0	82	1.124	1.224	230.252	
COMPTON ITALIA S.p.A.	2022	8	8.261	8.261	13	13	13	8.268	0	0	0	0	13	8.268	0	0	0	0	0	0	0	0	8.281	
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	9	86.880	27.258	7	1.180	107	86.880	0	0	0	0	30	86.850	0	0	0	0	0	0	0	0	86.850	
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	10	108.200	83.649	23	1.107	107	108.200	0	0	0	0	30	108.170	0	0	0	0	0	0	0	0	108.170	
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	11	16.248	1.667	0	288	0	1.667	0	0	0	0	288	1.667	0	0	0	0	0	0	0	0	16.248	
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	12	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	13	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	14	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	15	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	16	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	17	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	18	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	19	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	20	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	21	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	22	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	23	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	24	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	25	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	26	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	27	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	28	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	29	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228
COMPTON ITALIA S.p.A. (SISTEMI)	2022	30	24.874	8.676	24.888	1.188	26	24.888	0	2.702	0	0	2.702	24.874	2.702	0	0	0	0	0	159	152	174	26.228

