



Portale Italtadio

Comunicato

La radio: mezzo più giovane e versatile, anche per i giornalisti

04 Set 2016 - 20:29

"La realtà è che i new media non hanno la penetrazione che ha la radio": le indagini rivelano infatti che tra la gente comune "le abitudini verso i media non sono così omologate". E' con questa analisi che Luca Collodi ([Radio Vaticana Italia](#)) ha sottolineato la necessaria ricerca dell'equilibrio tra le diverse esigenze del pubblico, le novità tecnologiche e la professione giornalistica. A Quercianella (Livorno) durante la IV edizione del seminario Ucsi Toscana "Nuove reti, Rinnovate professioni" il giornalista ha commentato per i colleghi impegnati nella discussione sull'informazione integrata in rete i dati di una importante indagine sulla radio che un anno fa ha definito la radio un mezzo per giovani e in questo senso Collodi ha sottolineato che "i new media e la radio tradizionale possono trovare il giusto equilibrio tra nuove e vecchie tecnologie al servizio dell'uomo".

I dati statistici dell'indagine GFK-IPSOS-Eurisko "Come afferrare Proteo: la prima ricerca di base sulla Radio" diffusi un anno fa sono divenuti materia di studio per i giornalisti in un corso valido per la formazione professionale che ha visto l'analisi di Collodi tra le più interessanti anche per il parallelo, suggerito dal titolo dell'intervento con il "caso di [Radio Vaticana](#) e della sua trasformazione multimediale" e "i cambiamenti presenti e futuri dei media cattolici".

Cercando di orientarci tra i numerosi dati commentati da Luca Collodi abbiamo compreso che l'indagine colloca la radio (subito dopo la tv e prima della stampa) all'85% di penetrazione media nella società italiana (88% nell'UE) lasciando a internet un 73% nel nostro Paese (77% nell'UE) e confermando anche la credibilità del mezzo radiofonico (54%, primo assoluto) con il web ultimo, dopo stampa e tv, al 46%.

Oggi, tra i radioascoltatori, solo il 7% possiede una autoradio DAB. Sconfortante l'ascolto delle web radio, praticamente irrilevanti. Forse - commenta il segretario generale di Italtadio Luigi Cobisi - si tratta di iniziative spesso troppo specialistiche o estemporanee, segno di una sperimentazione costante. Un rischio che ha anche il DAB, su cui molte stazioni radio cercano di puntare con decisione, dove invece, al contrario, sono ancora pochissimi i canali specifici che attirino un proprio pubblico, come il caso della Radio Vaticana, per la quale è noto che ascoltatori hanno espressamente acquistato una radio DAB per seguirne i programmi".

La ricerca ha messo inoltre in luce che solo l'8% della popolazione ascolta la radio sul web o cerca siti di stazioni radio e i celebrati profili social delle radio vedono una frequentazione del 14% per facebook e del 5% per [Twitter](#).

Anche sul piano economico la radio vede aumentare la propria resa pubblicitaria testimoniando come la radio costituisca una importante prospettiva di lavoro anche per i giornalisti mentre i loro siti web vengano visti come piattaforme aggiuntive. In questa versatilità e capacità della radio di collocarsi in un mondo mediatico sempre più vario, Collodi vede - anche dal punto di vista cristiano - la voce di chi non ha voce perché la radio è di tutti, specie dei giovani che l'ascoltano al 92%. Anzi tra i giovani fino a 24 anni quanti (26%) scaricano e ascoltano musica dalla rete, sono anche (al 90%) ascoltatori della radio e non attraverso il tablet (solo 20% tra i giovani lo fanno).

Collodi (a sinistra nella nostra foto) stimolato dall'introduzione di Massimo Lucchesi (a destra) che ha



Portale Italradio

Comunicato

esaltato l'ascolto della radio come mezzo per fare spazio agli altri nel silenzio dell'ascoltatore, ha potuto concludere che "non è vero che la radio è superata" invitando i colleghi giornalisti a non tralasciarne la presenza "alla ricerca di un giusto equilibrio tra le diverse potenzialità" dei mezzi di comunicazione sociale.

Una sfida che la Radio Vaticana sembra aver colto poiché il suo rinnovamento - ha ricordato Collodi - non è condizionato da elementi economici.

Ci sembra quindi di cogliere un invito ad attendere gli sviluppi che prima della fine dell'anno dovrebbero trasformare la redazione radiotelevisiva d'Oltretevere (Radio Vaticana e CTV) in una centrale informativa aggiornata 24 ore su 24 in tutte le lingue di diffusione valorizzando l'impegno e le specificità di ciascuno e le potenzialità delle varie tecniche diffusive, dove il portale sarà uno strumento di rilancio di tutti i media vaticani.

"I nuovi media, davanti alla radio - ha commentato il segretario generale di Italradio Luigi Cobisi in margine al convegno livornese - impallidiscono" sottolineando il rischio che una "integrazione forzata in una compagine web la comprimano fino all'irrilevanza nonostante le preferenze assolute degli ascoltatori".

Dati di base sulla ricerca utilizzata da Collodi nella sua analisi ai colleghi giornalisti sono reperibili ad esempio su:

[SpotandWeb](#);

[Primaonline](#).

***Comitato Italradio** - Dal 1996 il Comitato Italradio promuove e fa conoscere i programmi radiofonici in lingua italiana di tutto il mondo e studia la loro evoluzione nel mondo delle nuove tecnologie. Membro associato della Comunità Radiotelevisiva Italofofonica, collabora con varie emittenti internazionali, svolge un importante Forum annuale e pubblica la rivista Italradio.*

Tutte le informazioni pubblicate sul Portale Italradio sono soggette alle condizioni d'uso pubblicate nello stesso.

Per maggiori informazioni: <http://portale.italradio.org>; Twitter: @italradio; e-mail: ufficio.stampa@italradio.org