

● ● ● ● ●

Sembra passato un secolo, ma solo pochi anni fa sui principali quotidiani era inserita la Terza Pagina dedicata alla cultura, sempre molto seguita dai lettori con firme di critici letterari, uomini di cultura e di spettacolo. La rivoluzione digitale ha modificato profondamente il giornalismo culturale e le modalità attraverso cui siamo informati sui libri e sulla cultura in generale.

Giorgio Zanchini, nel suo libro **Cielo e soldi. Il giornalismo culturale tra pratica e teoria**, analizza le novità in atto e, soprattutto, il futuro che ci attende, indicando come la scomparsa della terza pagina sia solo un effetto di questa rivoluzione. Nel suo libro indica come, negli ultimi quindici anni, la comparsa del digitale abbia profondamente modificato le abitudini informative degli italiani, stimolando la *crossmedialità* dei contenuti, sempre più interattivi.

Zanchini, che organizza da sette anni nelle Marche il **Festival del giornalismo culturale** con Lella Mazzolli, esamina le novità, riportando i contributi di scrittori, giornalisti, critici letterari che hanno partecipato al festival. Particolarmente critico e pessimistico il punto di vista di Piero Dorflès: "La rete, pur avendo potenzialmente la ricchezza, la forza e la pervasività per portare a quella fusione tra saperi, che è in fondo una delle grandi ambizioni della cultura illuministica, non ci è riuscita". E aggiunge: "C'è coincidenza tra la crisi delle pagine culturali, lo sviluppo della comunicazione digitale, la perdita di centralità degli strumenti di intermediazione e la crisi delle istituzioni democratiche". Gli fa eco Franco Cordelli che segnala come la società letteraria oggi sia sostituita da mille tribù che non competono né confliggono, ma promuovono.

Al riguardo Zanchini riporta un brano dell'intervento di Nicola Lagioia durante il Festival, a proposito della presunta crisi dei mediatori culturali: "In realtà, è un certo tipo di mediatore che appare oggi invecchiato e che si avvia all'estinzione. I mediatori di oggi sono molto diversi da quelli novecenteschi, parlano una lingua diversa, declinata a seconda delle piattaforme sulle quali si esprimono e al pubblico a cui si rivolgono".

Oggi si assiste a una rivoluzione an-



LA PRIMA STORICA TERZA PAGINA, APPARSA SUL «GIORNALE D'ITALIA» L'11 DICEMBRE 1901

C'era una volta la terza pagina!

È stato simbolo di prestigio dei quotidiani italiani, interrompeva la cronaca o l'attualità per immergersi nella dimensione "sacra" della cultura. Che fine ha fatto? Da cosa è stata sostituita? Giorgio Zanchini ha approfondito l'argomento individuando i media più efficaci per promuovere i libri

SERGIO AURICCHIO

cora parziale rispetto al recente passato in cui erano i giornalisti i veri mediatori, costruendo i significati e orientando il lettore, giornalisti che si muovevano all'interno di un sistema gerarchico e controllato. Ora invece siamo noi tutti a fare il lavoro di selezione, spesso senza neanche accorgercene, attraverso le indicazioni che apponiamo sui social con un semplice link. In effetti, quello di oggi è un sistema ibrido fatto da una convergenza tra la prassi giornalistica, il flusso dei social e la produzione delle piattaforme.

Zanchini poi si domanda cosa funziona per diffondere un libro. La risposta è articolata: sul piano commerciale le recensioni funzionano poco, a meno che non si riesca a viralizzarle sui social; mentre funziona ancora bene la televisione e la radio. A questo riguardo Zanchini aggiunge che oggi è più efficace, rispetto alle classiche recensioni, prendere spunto da un libro per affrontare un tema e portarlo all'attenzione dei lettori. In definitiva, si suscita un interesse per un argomento con la possibilità di approfondirlo attraverso il libro.