

IL WEB E L'ARTE DELLA MANUTENZIONE DELLA NOTIZIA

di [Alessandro Gazoia](#) pubblicato lunedì, 4 marzo 2013 · [11 Commenti](#)

Esce oggi l'ebook [Il web e l'arte della manutenzione della notizia](#) di Alessandro Gazoia (jumpinshark), uno studio sul giornalismo digitale di cui anticipiamo qui un estratto. ([Fonte immagine.](#))

Il giornalista e «quello che un tempo si chiamava lettore»

Con giornalismo/giornalista s'intende qui qualcosa di più largo rispetto alla comprensione tradizionale del termine. In primo luogo, come spiega Luca Sofri, direttore del giornale nativo digitale Il Post: «I giornalisti fanno in realtà una ricchissima varietà di cose diverse tra loro e lontane dal cliché immaginato del "reporter", e per un – che so – Carlo Bonini o Concita De Gregorio o Massimo Gramellini ci sono decine di redattori che compilano oroscopi, scrivono recensioni di dischi sconosciuti, impaginano ricette, mettono insieme giochi enigmistici, assemblano vestiti per le riviste di moda, dirigono giornalini a fumetti, per dire solo delle cose a cui si pensa meno» ([«La fine del giornalismo routinario»](#)). In secondo luogo questa grande varietà di cose può essere fatta oggi anche da non professionisti, e per il caso italiano dobbiamo necessariamente intendere l'espressione nel senso di non iscritti all'Ordine dei Giornalisti (da adesso OdG). Moltissimi siti di oroscopi, recensioni musicali, ricette, enigmistica, moda, fumetti o semplicemente di «notizie» sono alimentati in non piccola parte

da redattori di testi che non sono né giornalisti professionisti, né pubblicisti, né praticanti (secondo le distinzioni dell'OdG).

Si consideri inoltre il peso sempre più grande che hanno nei giornali online i blog d'opinione, spesso tenuti da «dilettanti» capaci di attirare un largo pubblico o almeno nicchie consistenti di pubblico specializzato. Penso a figure come l'artista Franco Battiato sul Fatto Quotidiano, l'attivista Ilaria Cucchi sull'Huffington Post Italia o il politico Pippo Civati sul Post; nessuno di essi è iscritto all'OdG, e soprattutto il fedele lettore li segue senza preoccuparsi della loro appartenenza a un ordine professionale, perché, in ambiti distinti e in relazione alle diverse storie personali e capacità, *hanno qualcosa di interessante da dire*.

Oggi persino le nobili figure dell'editorialista alla De Gregorio, del corsivista alla Gramellini e del cronista alla Bonini possono essere all'occasione impersonate da «quello che un tempo si chiamava lettore», per usare il conio del professore di giornalismo Jay Rosen, che nel 2006 così felicemente sintetizzava un «passaggio epocale». [The people formerly known as the audience](#) è ora a un solo clic di distanza dalla pubblicazione, rappresentata appunto dal tasto *Pubblica* di Blogger, Facebook e innumerevoli altri siti. Il post visto da cento persone e il commento numero cinquecentoventuno in calce a un articolo del Fatto Quotidiano sono altra cosa rispetto a un editoriale di Pierluigi Battista in prima pagina sul Corriere; ciò non toglie che un post visto da cento persone scritto da un cittadino di un piccolo centro possa contribuire utilmente al discorso pubblico di quella comunità e che un post inizialmente visto da cento persone possa, nel giro di una mattinata di condivisioni sui social network, ottenere visite non incomparabili con un articolo su Repubblica.it. «Quello che un tempo si chiamava lettore» ha a disposizione

molteplici piattaforme di pubblicazione e condivisione dei propri contenuti/opinioni: i tempi della lettera al giornale, eventualmente pubblicabile dalla testata, come unico modo di *far sentire la propria voce* sono finiti per sempre.

La disintermediazione è al lavoro tanto per la «gente comune» quanto per i protagonisti della politica, come ben sa il nostro giornalismo parlamentare che con qualche anno di ritardo rispetto ad altri paesi sta vivendo, in questa campagna elettorale di inizio 2013, il trauma dei politici direttamente attivi sui social network. In un passato non lontano il quotidiano riceveva un'agenzia sulle dichiarazioni del segretario di partito, assegnava eventualmente a un giornalista la riscrittura con adeguati contorni, sceglieva una foto d'archivio, stampava nella notte e dava la notizia al lettore il giorno dopo. In quel contesto il cittadino che avesse voluto commentare pubblicamente l'attualità politica non aveva altra opportunità se non la lettera al giornale o il discorso al bar. Senza un abbonamento all'Ansa, un archivio fotografico e una stamperia non si poteva fare tecnicamente nulla di meglio che ritagliare gli articoli e incollarli su di un cartellone. E se per caso il cittadino, ricevuta in eredità una stamperia, avesse deciso di fare comunque il suo giornale artigianale, sarebbe incorso nel reato di stampa clandestina, per violazione dell'obbligo di registrazione di una testata giornalistica presso il tribunale di propria competenza (nella registrazione va pure indicato il direttore responsabile, che deve essere iscritto all'OdG).

Nel 2013 chiunque può offrire al pubblico la propria pregiata opinione su Monti, Bersani e Grillo aprendo con due clic un blog su WordPress o un canale video su YouTube (secondo l'orientamento al momento prevalente, un blog

d'informazione non è stampa clandestina ^[1]). E ora le notizie le forniscono direttamente i protagonisti, in tempo reale, pubbliche e gratis sui social media. Il 25 dicembre 2012 [Mario Monti ha scelto Twitter](#) e non l'Ansa o il Corriere per dire agli italiani che è finito il tempo dei lamenti e rendere più chiaro il suo impegno diretto per le prossime elezioni politiche. Il tweet è pubblico e chiunque può leggerlo, citarlo e commentarlo, inoltre è stato lanciato il 25 dicembre alle 23.31, orario troppo tardivo per comparire sui quotidiani del giorno dopo, che però non hanno bucato la notizia, non essendo in edicola il 26 dicembre.



Foto allegata a un tweet del 15 marzo 2012 di Pier Ferdinando Casini

Similmente nel marzo scorso Pier Ferdinando Casini, per dimostrare l'unità della maggioranza politica di cui faceva parte, [postò su Twitter](#) una foto che lo ritraeva in una riunione con Monti, Alfano, Bersani e il testo «Siamo tutti qui! Nessuna defezione!» Dal punto di vista del cittadino appassionato di politica parrebbe quindi cominciare l'era dell'abbondanza e della trasparenza: i materiali grezzi sono disponibili liberamente e le barriere tecniche sono abbattute. E anche quelle di

comunicazione sono in parte cadute o almeno mutate, perché su Twitter e Facebook possiamo in principio dialogare con i politici, fare domande, chiedere chiarimenti, insomma intervistarli proprio come fanno i giornalisti.

Per alcuni professionisti tutto ciò è un pericolo e un oltraggio, come [racconta](#), nel contesto di una più ampia e opportuna riflessione, questo passo di Michele Smargiassi (da Fotocrazia, «blog d'autore» di Repubblica): “Dirsi come fa Alessandro Di Meo dell’Ansa, forse uno tra i fotografi professionali che assediavano Palazzo Chigi l’altra sera, che è «uno scatto che funziona, ma perché non chiamare noi, che seguiamo notte e giorno i politici?», è già avere la risposta: perché quello scatto *funziona*, e funziona proprio perché è un autoritratto del potere che si presenta in modo inconsueto, diverso dalle ingessature dei ritratti ufficiali. Questa fotografia «ufficiosa» che simula una familiarità da *tag* di Facebook (tipo «Ragazzi guardate, siamo qui, a Palazzo Chigiiii! Con Monti! *Wow!*») è sicuramente un fatto nuovo nella comunicazione politica italiana. Ma questa fotografia è tutt’altro che innocente e spontanea, e lo capisce chiunque. Il potere rappresenta se stesso”.

Monti e Casini decidono di comunicare anche con Twitter e non solo con le agenzie, i giornali, le radio e le tv non per incoercibile entusiasmo verso le nuove tecnologie e i social media, ma perché è ormai un’esigenza politica l’«orientamento della conversazione» che si sviluppa su queste reti frequentatissime. Sempre più spesso professionisti e dilettanti dell’informazione politica si ritrovano quindi nella stessa situazione di partenza, insieme ai protagonisti: sui social media.

Ingenui, ma non per questo innocui, eccessi politici sono collegati a questa nuova condizione: molti attivisti del MoVimento 5 Stelle identificano tutti i mezzi d'informazione tradizionali (in testa tv, giornali e quotidiani online dei grandi gruppi editoriali) come «zombie asserviti al potere», strutturalmente incapaci di operare con correttezza, e ne proclamano la sostituzione da parte del libero, saggio e democratico «popolo del web», che Grillo rappresenterebbe pienamente. Il MoVimento 5 Stelle si è costruito intorno a un blog e ha puntato senza soste sulla contrapposizione netta, radicale e persino violenta tra internet sano e resto dell'informazione malata, tra democrazia della rete e regime (il dato sempre ripetuto è quello – realmente drammatico, sia chiaro – del [61° posto](#) nella classifica sulla libertà di stampa 2012 di Reporters sans frontières, ora da aggiornare con la piccola risalita alla posizione 57 [nel rapporto 2013](#), riferito agli avvenimenti dell'anno precedente). Già dal solo punto di vista tecnico ed economico, la convergenza dei media rende impossibile una tale rigidissima divisione; soprattutto, venendo al concreto della cosiddetta «controinformazione di internet», chi valuti con serenità vedrà come in troppi casi domini la tendenza al complottismo sfrenato e alla denuncia non adeguatamente sostenuta dai dati. E i social network, in testa Facebook, fanno da cassa di risonanza proprio alle sparate più grosse, poiché queste confermano i peggiori giudizi e pregiudizi, rispondendo a un sentimento diffuso nel paese di grande sfiducia, in primo luogo nei confronti della classe politica, e quindi di un'informazione considerata troppo contigua a interessi di parte. Questa «controinformazione del web» risulta così non di rado compromessa da letture parziali o scorrette dei materiali e vive del continuo rilancio sull'indignazione, trovandosi costretta a fornire notizie ogni volta più clamorosamente sdegnate e clamorosamente inaccurate; e si ritrova a imitare in peggio proprio la stampa tradizionale, tanto odiata per le sue campagne non disinteressate ^[2]. Perché, ancora una volta, la retorica urlata del nuovo, libero e rivoluzionario, della rete che si sviluppa dal basso non garantisce di per sé nulla.

È inoltre opportuno avere sempre una chiara idea dei numeri in gioco: la puntata di Servizio Pubblico del 10 gennaio 2013 con Silvio Berlusconi ospite di Michele Santoro e Marco Travaglio non è stata solo un enorme successo televisivo ma anche l'evento politico italiano più discusso di Twitter, che pure nel nostro paese inizia a essere usato come «secondo schermo». L'espressione identifica l'attività di chi guarda un programma televisivo e al tempo stesso lo commenta sul social network; come informa l'esperto [Vincenzo Cosenza](#), di Blogmeter, 204.636 sono stati «i cinguettii lanciati, con un picco di 1.885 tweet al minuto» e 48.469 utenti unici. Mentre cinquantamila utenti twittavano su di una trasmissione vista da oltre otto milioni e mezzo di spettatori, la «secondarietà» di Twitter (e, in misura minore, di Facebook) e la continua «eccezionalità» della televisione nel nostro paese si dimostravano clamorosamente.

La partecipazione civica e politica sui social media può anche essere più direttamente attiva nel produrre informazione: lo studente che si ritrovi a seguire le fasi concitate di una manifestazione e le documenti su Twitter scrivendo brevi messaggi e caricando foto scattate col proprio smartphone copre la notizia e compie «atti casuali di giornalismo». L'espressione *random acts of journalism* è stata resa popolare da Andy Carvin [in relazione all'esecuzione di Bin Laden](#): Sohaib Athar, @reallyvirtual, consulente IT residente ad Abbottabad, divenne infatti per caso il primo «reporter» a documentare e commentare l'intervento dei Navy Seals, poiché, trovandosi in loco, diede notizia su Twitter dell'azione militare, all'inizio non riconosciuta come tale, e si mise quindi a incrociare fonti e a cercare verifiche in pubblico sul social network. Il testimone dei fatti che aspetta diligentemente il giornalista professionista per riferire su quanto ha visto esiste ancora, ma sempre più cittadini, grazie a nuove piattaforme, testimoniano in prima persona; e talvolta svolgono pure quelle operazioni di ricerca e controllo

che identifichiamo come tipiche del mestiere giornalistico. Anzi oggi la nuova condizione normale per eventi di grande impatto pubblico come catastrofi naturali e attentati è rappresentata dal giornalista professionista che diffonde le foto postate dai «presenti alla scena» su Twitter e dal telegiornale che include i video di YouReporter.it (piattaforma di condivisione video) nei propri servizi sull'alluvione ^[3].

Fa giornalismo pure il cittadino che documenti in un blog la situazione del verde pubblico nella sua città o le condizioni delle mense sociali, segua la stagione della locale squadra di calcio o gli eventi culturali, crei una base dati liberamente consultabile sulle scuole non in sicurezza o sugli incidenti causati da guidatori imprudenti a ciclisti della sua area. Naturalmente questa informazione può essere di bassa qualità quando, proprio come accade ai professionisti, le operazioni di ricerca, analisi e controllo non sono svolte con impegno da persone preparate, e può essere anche eticamente scorretta, quando, proprio come accade ai professionisti, ignora scientemente dati, evita di porre domande scomode, rifiuta di riconoscere gli errori commessi, ecc.

[1] A maggio 2012 una sentenza della Corte di Cassazione assolve lo storico e giornalista siciliano Carlo Ruta dal reato di stampa clandestina per l'attività condotta su di un blog. Come spiega l'avvocato [Fulvio Sarzana](#): «Il Supremo Collegio emette una sentenza molto attesa e pone così fine a cinque anni di dispute dottrinarie e “infuocati” dibattiti sulla natura dei blog giornalistici e sulla loro clandestinità in caso di non registrazione presso l'apposito registro delle testate editoriali del Tribunale [...] i blog (anche giornalistici) non rientrano nei prodotti editoriali della legge sull'editoria, non devono essere registrati e non sono stampa clandestina». [Mario Tedeschini Lalli](#), un giornalista che sarà spesso citato in questo testo, aggiunge: «Per la Suprema corte nessun sito web è di per sé obbligato a registrarsi presso il Tribunale o presso il ROC [Registro degli Operatori di Comunicazione], a meno che non intenda usufruire degli aiuti pubblici all'editoria. Questo vuol dire che anche il Corriere della Sera o Repubblica potrebbero – volendo – non registrare le loro testate online. E se smettessero di pubblicare un'edizione stampata potrebbero sottrarsi completamente alla Legge del 1948».

Si deve però ricordare che, nonostante l'alto prestigio e il forte valore di indirizzo, la sentenza della Cassazione non impedisce in principio future valutazioni giurisprudenziali di segno opposto. Anche per questo continua a vedersi su moltissimi blog l'apotropaico messaggio: «Questo blog non rappresenta una testata giornalistica in quanto viene aggiornato senza alcuna periodicità. Non può pertanto considerarsi un prodotto editoriale ai sensi della legge n. 62 del 7.03.2001». La Legge Urbani del 2001 identifica il «prodotto editoriale» con «il prodotto realizzato su supporto cartaceo, ivi compreso il libro, o su supporto informatico, destinato alla pubblicazione o, comunque, alla diffusione di informazioni presso il pubblico con ogni mezzo, anche elettronico». I blog sono quindi «prodotto editoriale»? In caso di risposta affermativa, ignorando la sentenza della Cassazione, potrebbero ricadere sotto la Legge sulla Stampa del

1948. Il blog aggiornato più volte al giorno mostra il disclaimer e non si riconosce come «prodotto editoriale», considerando essenziale nella definizione di «prodotto editoriale» una definita e regolare periodicità. Se tutto ciò vi pare lambiccato e goffo, benvenuti per la prima volta nell'online italiano.

[2] Quanto detto nel testo non vuole ovviamente negare l'enorme contributo che tanti siti gestiti da volontari appassionati portano al discorso pubblico in Italia e nemmeno l'indecorosa crociata contro il MoVimento 5 Stelle condotta da non piccola parte dell'informazione italiana. Il limite estremo, anche in involontaria parodia, di questa scorretta campagna giornalistica lo si è probabilmente toccato il 21 novembre 2012, sull'onda dei casi Favia e Salsi che tanto hanno scosso i cinquestelle, quando in home page sul Giornale si accusava Beppe Grillo di non democraticità perché su Twitter aveva bloccato Flavia Vento, persona che da mesi guadagna su colonne di destra e blog titoli come «Flavia Vento stalker di Tom Cruise (e l'inglese maccheronico)» per i suoi messaggi, che con eufemismo potremmo definire molto sgrammaticati e invadenti, diretti a personaggi famosi. Raffaello Binelli sul Giornale crede o finge di credere che bloccare un utente su Twitter equivalga a una «fatwa» (le virgolette sono dell'autore e mostrano al peggior meglio un sempiterno malcostume giornalistico italiano: lanciare il sasso delle accuse enormi e ritirare subito la mano, o meglio fare con essa il segno delle virgolette) e si spinge persino a dire «con questo blocco Grillo dimostra di avere poco a cuore quella libertà della (e nella) Rete che da anni lo vede paladino indisturbato». Perché, evidentemente, libertà della (e nella) Rete equivale a dare corda a ogni personaggio minore della commediaccia italiana in cerca di visibilità.

[3] Clay Shirky nel suo libro del 2010, *Cognitive Surplus*, notava come fossero già quasi identiche le probabilità che un evento di portata mondiale avesse testimoni di un qualsiasi tipo e testimoni dotati di una video o fotocamera. Ricordo inoltre che almeno dal 2006 vi sono in Italia più cellulari che abitanti (e la quasi totalità dei telefonini in circolazione nel 2013 può scattare foto, se non anche girare brevi video).

Alessandro Gazoia

Alessandro Gazoia (Jumpinshark) scrive di giornalismo, media, informatica su [minima&moralia](#) e sul suo [blog](#); ha pubblicato per minimum fax *Il web e l'arte della manutenzione della notizia* (2013), *Come finisce il libro* (2014) e *Senza filtro* (2016).