

Facoltà di Scienze Politiche

*Cattedra di Teoria e Tecniche del
Linguaggio Giornalistico*

L’Audience 2.0

Teoria e tecnica del giornalismo partecipativo

RELATRICE

Prof.ssa Eugenia Romanelli

CANDIDATO

Cesare Venturoli

Matr. 066002

Anno Accademico 2012 – 2013

INDICE

Introduzione

Non c'è credibilità senza fiducia pag. 5

L'interattività e i suoi derivati: gli utenti 2.0 6

Caro Diario 2.0: il blogging 8

Capitolo I

Cos'è il giornalismo partecipativo? pag. 12

La "former audience" e il giornalismo vietcong 12

Gli undici strati del giornalismo partecipativo 14

Una creatura scivolosa 19

Giornalismo partecipativo e disintermediazione 22

L'informazione on demand 26

Capitolo II

Indymedia, quando l'attivismo diventa giornalismo pag. 28

Le origini: dal mediattivismo al movimento di Seattle 29

«Don't hate the media, become the media» 31

Polemiche, controversie e guai legali 35

Lo strano caso di Indymedia Italia 38

Giornalisti o attivisti? 41

Capitolo III

Current, il primo (e il solo) canale user – generated pag. 42

Vanguard, il giornalismo di strada come non lo avevamo mai visto prima 45

Current Italia, il coraggio di dire la verità di fronte al potere 46

Capitolo IV

Conclusioni pag. 50

Un tentativo di tirare le somme 50

Un'esperienza fallimentare? 54

Dove stiamo andando? Intervista a Miguel Mora 56

Bibliografia pag. 60

INTRODUZIONE

NON C'È CREDIBILITÀ SENZA FIDUCIA

«Non c'è credibilità senza fiducia», recita lo spot che Sky Tg 24 ha mandato in onda durante l'estate per annunciare che sarebbe diventato il primo canale di notizie in Italia completamente in alta definizione. Lo spot sembra voler sottolineare una situazione che nel nostro paese, ma non solo qui, appare ormai evidente. Mutamenti tecnologici, sociali e generazionali hanno provocato una frattura tra i centri di potere classici della comunicazione, quindi giornali e, ormai, televisione, e coloro ai quali questi media sono rivolti. Se, quindi, la fotografia della realtà sembra raccontare un allontanamento tra produttori e consumatori di informazione, resta da cercare di capire per quale motivo c'è stato (o è in corso) questo allontanamento. Resta da capire, cioè, perché il “prodotto notizia”, come è concepito e come è stato concepito negli ultimi anni, non piaccia più a coloro ai quali è rivolto. Qualcuno vorrà forse riproporre la solita filastrocca de «la carta stampata sta morendo». Ma non va presa come una scusa, di certo non come un incentivo a rassegnarsi. Magari la nostra attenzione deve essere rivolta altrove, e cioè a quel patto tra giornalisti e lettori, un po' romantico e un po', se vogliamo, estemporaneo, che permette alla stampa di fare da narratore della storia e della politica. Se questo “patto”, come sembra, viene meno, allora una relazione bidirezionale, una sorta di amore corrisposto, si trasforma in un rapporto a senso unico. Nel senso che la stampa si chiude in un mondo autoreferenziale e il pubblico si sente tradito. La questione, forse è proprio questa: non c'è credibilità senza fiducia. Ma perché manca la fiducia? Dov'è che i media tradizionali hanno delle mancanze nei confronti del loro pubblico? E perché questo sente l'esigenza di porsi come fonte alternativa di notizie?

Tutte domande, queste, che sorgono dall'analisi delle condizioni della rottura nel rapporto fra mezzi di comunicazione e audience. Ma, anche, dall'analisi di quel fenomeno comunemente conosciuto come *citizen journalism*, alias giornalismo partecipativo – termine nostrano che, secondo il modesto parere di chi scrive, presenta il concetto con dei connotati più casarecci di quelli che si deducono dalla dicitura anglosassone. Domande, queste, alle quali, nel presente elaborato, si proverà a dare una risposta. Attraverso, prima, una delineazione teorica del fenomeno e poi attraverso il racconto di due casi particolari, Indymedia e Current TV, che, seppur molto distanti tra loro, conservano intatti i principi della partecipazione attiva e interattiva del pubblico e dell'indipendenza dai canali tradizionali dell'informazione.

L'interattività e i suoi derivati: gli utenti 2.0

Prima, però, è forse lecito chiedersi che cos'è che porta la gente comune, il “semplice” pubblico, a sentire l'impulso di aprire un blog, di scrivere di ciò che lo circonda o di ciò che sembra essere vittima della censura o dell'ignoranza di televisioni o giornali. Cosa spinge un cittadino a proporsi, seppur nel suo piccolo, come reporter. Cosa, cioè, trasforma un pubblico passivo in un pubblico interattivo. Si diceva, più su, della fiducia. O della credibilità. Potrebbe essere questa una prima risposta: il lettore o lo spettatore si sentono non corrisposti, se non addirittura traditi, da un sistema di media che non li rispecchia più. C'è probabilmente anche un mutamento nei costumi e nello stile di vita. La cultura occidentale oggi impone un ritmo molto alto, stressante, giornate piene di impegni in cui fermarsi a leggere il quotidiano non è più una necessità, ma forse solo un lusso o un'abitudine che conservano in pochi e che i più giovani sembrano aver perso. Adesso importa la notizia, il flash, il concetto. Magari anche un *tweet*. Per l'approfondimento o per l'inchiesta ci sarà tempo dopo, sempre che se ne senta il bisogno. Meno attenzione all'ortografia o allo stile di scrittura, sicuramente. È importante la tempistica, è importante soprattutto

l'efficacia. I nuovi media digitali e il web interattivo non sono soltanto l'evoluzione, anche naturale se vogliamo, del progresso tecnologico e degli strumenti della comunicazione. Nel contesto in cui siamo, la nuova forma di intendere Internet, e quindi l'informazione contemporanea, si pone anche come proiezione dei gusti e delle necessità degli utenti. Dal momento in cui siamo nell'era del web 2.0 anche gli utenti sono diventati 2.0. La miriade di possibilità a disposizione di chi naviga e lavora in Internet hanno fatto sì che le capacità individuali e i comportamenti in rete si adattassero alle novità. Ma non solo. È mutata anche, e forse soprattutto, la maniera di porsi degli utenti di fronte alle nuove frontiere del web. Quindi non soltanto attori passivi, padroni e capaci di entrare in un universo che un tempo era esclusivo o comunque non di loro pertinenza, commentando, condividendo e *retwittando*; ma veri e propri protagonisti, collaboratori, in taluni casi addirittura poli alternativi alle tradizionali fonti di informazione. Con l'avvento del web 2.0 si sono moltiplicate in maniera esponenziale le possibilità di chiunque voglia cimentarsi (o provare a farlo) in qualsiasi cosa. Ecco sorgere, come funghi, praticamente dal nulla, semi – sconosciuti aspiranti registi, comici, giornalisti, critici della società e via dicendo. Esistono innumerevoli modalità e possibilità, ormai, per scrivere e per farsi leggere. E questo vale per qualsiasi altro campo. Da YouTube fino al più elementare dei blog, i canali per proporsi come astro nascente di qualcosa sono moltissimi. La proliferazione delle funzioni dei media ha portato alla proliferazione anche di coloro con i mezzi o la voglia per utilizzarli al meglio. È proprio in questo senso che Internet diventa lo strumento principe che proietta le nuove tendenze ed esigenze dei suoi utenti. Non soltanto motore di ricerca, ma motore della democrazia. Se, a quanto pare, c'è bisogno di far ascoltare la propria voce, o di farne sentire una che sia fuori dal coro, il web si propone come la migliore delle strade. Se, magari, viene percepita una lontananza da parte dei politici o dei giornalisti, ecco, senza dubbio, che qualcuno proverà a proporsi al posto loro per cercare di dare spazio a chi è scontento.

Potremmo azzardarci a dire che la rete offre una possibilità di uscire dall'ombra a chi, in un momento particolarmente difficile, di crisi economica ma anche di certi valori, ha bisogno di svincolarsi dall'anonimato e dall'impersonalità. La protesta, o la dissidenza, o il bisogno di una partecipazione che sia meno anonima, hanno varie forme. Molte di queste possono avere il loro sfogo grazie al web. E potrebbe essere per questo che grazie ai nuovi media adesso possiamo trovare online di tutto e di più. Un vero filtro non c'è, oltre a quello rappresentato dai *follower* e dai *like*, quindi sempre e comunque sintomo dei gusti e degli umori degli altri utenti.

Caro Diario 2.0: il blogging

Figlio primogenito dell'interattività di Internet è certamente il fenomeno del blogging. Una sorta di diario, un memoria privata e allo stesso tempo pubblica da aggiornare in tempo reale. Creatori, creativi e aspiranti scrittori hanno un loro spazio, più o meno personalizzabile, nel quale condividere ciò che ritengono importante con la comunità online.

Il blog si è imposto con estrema rapidità, per la generale gratuità del software, per la sua capacità di persuasione e per la sua immediatezza. Anche, e soprattutto, per la grande semplicità d'uso. Molti blog sono ad uso personale, riservati a una piccola cerchia di amici o conoscenti, oppure di addetti ai lavori, ma con la peculiarità di essere aperti e studiati per la libera consultazione. O alle volte funzionano da sfogo per una qualche necessità di ricercare la fama o la celebrità (c'è chi non può farne a meno). Uno sfogo per il feticcio del farsi leggere. «Spesso il risultato è una condizione di quasi morbosità tra l'autore-blog e la sua audience, che porta alla moltiplicazione dei post, all'autocitazione, alle scuse da parte dell'autore nel caso di prolungati silenzi o ritardi nella pubblicazione»¹. Al di là di questa sorta di dipendenza dell'autore dalla sua

¹ U. VALLAURI, *Blog, blog, blog*, in «Problemi dell'informazione», a. XXVIII, n. 1.

cerchia di seguaci che può arrivare a crearsi (ma, in fondo, a chi è che non piace piacere?), è importante guardare al fenomeno per quanto riguarda quei casi fortemente radicati sul territorio, quando il blogger parla di ciò che conosce, crea rubriche su argomenti o eventi particolari; quando, cioè, il blog diventa la base per un approccio partecipativo alla creazione di storie, articoli, reportage e via dicendo. Probabilmente, quindi, da questo punto di vista, va abbandonata la visione antagonista che contrappone blogger e giornalisti. Il blog non deve essere considerato come nemico del giornalismo tradizionale, e non necessariamente sarà, o è, l'artefice di una qualche sorta di rivoluzione nello svolgimento della professione². Anzi, frequentare un buon numero di blog, alla ricerca di voci o sensazioni che non sono presenti nei media tradizionali, può risultare un esercizio sano e utile per corrispondenti e redazioni, *«non in alternativa, ma in aggiunta alle voci che si raccolgono per strada (...) senza negarne a priori la rilevanza»*³.

Due sono le principali caratteristiche del blog⁴, inteso come strumento di comunicazione (e non come fenomeno). Innanzi tutto, l'ipertestualità o intertestualità, ovvero l'essere caratterizzato dalla possibilità di rimandare a materiali ulteriori disponibili in rete. Stiamo parlando del link, ovviamente. Spesso questi costituisce il fulcro o l'essenza di molti post, creando una vera e propria ragnatela di storie e notizie tra un blog e l'altro. Questo sistema di ragnatele permette, in ultimo, se concepito e strutturato a regola d'arte, di osservare e conoscere il maggior numero possibile di opinioni presenti on line, se non, addirittura, di raggiungere la fonte primaria dalla quale arrivano le storie. Seconda (non per importanza), invece, di queste caratteristiche fondamentali, è l'interattività; fondamentale, sì, anche perché, altrimenti, sopra non si sarebbe parlato del blog come figlio primogenito del web interattivo; ma *«forse meno diffusamente rintracciabile – soprattutto nell'ambito di quei blog che viene più*

² U. VALLAURI, *ibidem*.

³ U. VALLAURI, *ibidem*.

⁴ F. UBOLDI, *Il blog in redazione*, in «Problemi dell'informazione», a. XXIX, n. 2.

*naturale definire giornalistici – ma non per questo può essere trascurata»⁵. Commentare i post del proprietario di un blog, o ricevere dallo stesso un invito a commentare. Questa è l'interattività: significa, dunque, creare un spazio dove far nascere un luogo di discussione pubblica. Un modo, se vogliamo si spostare la chiacchiera da bar dal bar, appunto, all'*agora* digitale. Con la possibilità e la speranza che la chiacchiera in questione possa arrivare anche a un livello più elevato, tale da far diventare la rete un innovativo luogo di partecipazione e di discussione politica e sociale.*

Purtroppo, però, «*non esiste un modello di business*», diceva Al Gore, «*che possa appoggiare un team di bravi giornalisti indipendenti che promuovono gli stessi contenuti dei grandi giornali*»⁶. Il contesto di queste parole era diverso, ma il succo del discorso può esserci utile. La concezione della professione giornalistica resta ancora molto distante dalla semplice cura di un blog, sia da un punto di vista esterno, ovvero da un'analisi di differenze e similitudini; sia da un punto di vista interno, nel senso che un blogger, anche influente, pur essendo un opinion leader, probabilmente non si considera propriamente un “giornalista”. Le due esperienze devono essere considerate assolutamente come non antagoniste e come complementari però, soprattutto alla luce di ciò che, più avanti, verrà esposto per quanto riguarda il caso in particolare del giornalismo partecipativo.

Per concludere, si pensi a un legame etimologico, quello tra il giornalista e il diario. Perché è a diari resi pubblici nella rete che, quando parliamo di blog, ci riferiamo. Addirittura, in spagnolo la parola “quotidiano”, inteso come il giornale, viene tradotta con *diario*, che significa anche “quotidiano” ma nell'altra accezione, quella che cioè si riferisce al “giorno per giorno”. E poi significa anche “diario” nel senso di libro in cui si raccolgono pensieri e sensazioni (e, a scuola, i compiti). Ma rientriamo nel nostro campo di pertinenza e usciamo da questa breve divagazione linguistica. Il tutto serviva a spiegare quanta poca

⁵ F. UBOLDI, opera citata.

⁶ Al Gore: “*ci vogliono mettere a tacere*”, intervista di Beppe Severgnini ad Al Gore, Corriere TV, 19/5/2011.

differenza ci sia, da un lato per una questione etimologico-linguistica, dall'altro per una questione di reali contenuti, tra scrivere perché si è giornalisti e scrivere perché si tiene un diario. È chiaro che poi le due attività si siano differenziate per ragioni di professione, professionalità e cultura. Tenere un diario, però, è forse un'attività vecchia almeno quanto la scrittura. Nell'era del *web publishing* e, a questo punto, si può dire anche nell'era del *self publishing*, questa attività vecchia almeno quanto la scrittura viene fatta, manco a dirlo, su Internet. Probabilmente, questa "era", è destinata a chiudersi neanche troppo presto, o troppo tardi perché se ne possa tracciare una dinamica all'interno di questo elaborato. Almeno finché esisterà un'evoluzione tecnologica tale da permettere sempre e comunque un'evoluzione dei modi di svolgere attività che fanno parte della quotidianità del genere umano da così tanto tempo.

CAPITOLO I

COS'È IL GIORNALISMO PARTECIPATIVO?

La “former audience” e il giornalismo vietcong

Il concetto alla base del citizen journalism è quello dei contenuti *user – generated*: una forma di giornalismo in cui è il pubblico a partecipare attivamente al processo di raccolta, segnalazione e analisi di notizie e informazione. Possiamo parlare di giornalismo partecipativo «quando le persone un tempo conosciute come il pubblico (in inglese “the audience”) impiegano gli strumenti della stampa in loro possesso per informare qualcun altro»⁷, almeno secondo la definizione di Jay Rosen⁸, critico dei media e docente di Giornalismo alla New York University. In un post pubblicato proprio sul blog di Rosen, una sorta di manifesto firmato “the people formerly known as the audience”⁹, si parla di passeggeri di una nave altrui che ora hanno una propria imbarcazione, di persone in grado di vedere o guardare (letteralmente “viewers”) che ora hanno preso in mano una macchina fotografica. Coloro che un tempo erano dal lato ricettivo di un sistema di media a senso unico oggi si trovano in una situazione completamente opposta.

Il termine “former audience” viene usato per la prima volta da Dan Gillmor¹⁰ nel 2004, nel suo libro *We the media: Grassroots media for the People, by the People* (O'Reilly, 2004). Gillmor è docente di Imprenditorialità dei Media e Letteratura dei Media Digitali all'università dell'Arizona, nonché, da sempre,

⁷ J. ROSEN, *A most useful definition of citizen journalism*, PressThink.org, 14/7/2008, traduzione propria.

⁸ www.pressthink.org.

⁹ *The people formerly known as the audience*, PressThink.org, 27/6/2006.

¹⁰ www.dangillmor.com.

fautore dello sviluppo delle nuove frontiere della comunicazione¹¹. In *We the media: Grassroots media for the People, by the People* definisce la proliferazione di giornalisti non di professione come il più salutare dei risvolti prodotti dalle nuove tecnologie. Il punto centrale non è soltanto il fatto che semplici amatori o appassionati riportino notizie che le correnti mainstream dell'informazione manchino di raccontare o che scelgano di ignorare; ciò che conta più di tutto è che, adesso, la gente comune ha la voglia e i mezzi per dire e per far sentire la propria voce. Un modo democratico e partecipativo di migliorare l'offerta giornalistica e di approfondire determinati argomenti che i media principali possono ignorare o lasciare in secondo piano.

In questo senso si colloca anche la spiegazione di Gennaro Carotenuto, analista di politica internazionale per il settimanale uruguayano «Brecha», nonché docente e ricercatore di Storia del Giornalismo e di Storia Contemporanea presso l'università di Macerata. Il suo sito web¹² si chiama proprio *Giornalismo Partecipativo*. In quello che Carotenuto definisce il Manifesto di questo suo sito, parla di una rete di cittadini giornalisti, veri e propri lettori – autori. Il blogger, o comunque il giornalista partecipativo, si dedica a temi che conosce, temi ai quali, magari, ha anche dedicato parte della sua vita in quanto attivista o in quanto ne è un'autorità. Il cittadino comune si occupa del mondo che conosce, raramente diventa “tuttologo”, condivide e commenta la parte della realtà che più gli è vicina. Ed è questo che permette al citizen journalism di essere «*un giornalismo indipendente dalle logiche commerciali, disinteressato, partigiano, civile. Un*

¹¹ Dan Gillmor merita che venga spesa qualche parola in più sulla sua persona. È un giornalista e uno scrittore, parla di argomenti riguardanti le tecnologie e i nuovi media; ma prima ancora è stato un musicista. Dice, sul proprio sito, di essere nato e cresciuto con i media, in ogni loro forma. Dai libri sui quali ha studiato, alla musica, fino agli strumenti di lavoro nei tanti anni da giornalista. Ha lavorato per il «Detroit Free Press» e per il «San José Mercury News», ma vanta collaborazioni da freelance con «Financial Times», «The Economist» e «New York Times». Nel gennaio del 2005 ha lasciato il «Mercury News» per dedicarsi a un progetto di giornalismo partecipativo, chiamato Bayosphere. La start-up è però fallita, per vari motivi tra i quali la mancanza di investitori e il palesarsi dei limiti del volontariato; Bayosphere, il primo e forse l'ultimo tentativo di fare giornalismo dal basso con una mentalità imprenditoriale, dopo praticamente un anno, ha chiuso i battenti. Il suo primo blog, partito nel 1999, è considerato da molti il primo spazio online in assoluto aperto e gestito da un giornalista di professione sotto contratto con una testata.

¹² www.gennarocarotenuto.it.

giornalismo di condivisione della conoscenza contro la banalizzazione della complessità voluta dal pensiero unico»¹³, fatto dalla gente per la gente, in cui non è soltanto uno il punto di vista che conta. «Il giornalista partecipativo (...) compete ed è autorevole se costruisce il proprio agenda setting intorno alle proprie inclinazioni e competenze. Se si misura nel territorio di tali competenze, batte per qualità e tempestività i media tradizionali come i guerriglieri vietcong battevano i marines nella selva vietnamita»¹⁴.

Un'altra definizione, decisamente meno polemica, è quella di Courtney Radsch, giornalista ed esperta di nuovi media e mediattivismo nel Medio Oriente: una forma alternativa e attiva di raccolta e distribuzione di notizie che si sviluppa al di fuori delle istituzioni principali dei media, spesso come un modo di colmare una qualche lacuna nel giornalismo di professione¹⁵. Il citizen journalism usa pratiche simili a quelle del giornalismo tradizionale, ma è guidato da obiettivi e ideali diversi, e si basa su fonti alternative di legittimazione. Sempre secondo la Radsch, la giustapposizione dei due termini in lingua inglese, *citizen* e *journalism*, rappresenta la vera essenza del concetto, fondendo l'impegno civico e la responsabilità sociale del cittadino comune con le caratteristiche di una professione specifica e definita come quella del giornalista¹⁶. Un sorta di *trait d'union* fra due mondi che, tradizionalmente, sono sempre apparsi opposti l'uno all'altro.

Gli undici strati del giornalismo partecipativo

Nel 2005 Steve Outing, giornalista americano, senior editor del Poynter Institute for Media Studies, inquadra il citizen journalism in undici diversi

¹³ G. CAROTENUTO, *Perché giornalismo partecipativo?*, sul proprio sito web.

¹⁴ G. CAROTENUTO, *ibidem*.

¹⁵ C. RADSCH, *The revolution will be blogged: cyberactivism and the 4th estate in Egypt*, tesi di dottorato, American University, 2013.

¹⁶ K. DEUTSCH KARLEKAR e C. RADSCH, *Adapting concepts of media freedom to a changing media environment: incorporating new media and citizen journalism into the freedom of the press index*, «ESSACHES Journal for Communication Studies», Vol. V, n. 1, 2012.

strati o livelli di partecipazione. L'articolo in questione si poneva l'obiettivo di chiarire le idee, non soltanto ai lettori, ma anche e soprattutto a giornalisti ed editori, indecisi se cavalcare o meno l'onda di questo fenomeno.

«*Primo passo: aprire ai commenti del pubblico*». ¹⁷ In modo semplice e semplicistico basterebbe lasciare uno spazio in fondo agli articoli delle edizioni online delle testate per permettere agli utenti di reagire, criticare o aggiungere; si potrebbe persino arrivare a fare in modo che i lettori migliorino ciò che viene pubblicato. Ma si potrebbe anche andare oltre, lasciando uno spazio di intervento sui calendari degli eventi, sui necrologi o sulle lettere al direttore. Addirittura, Outing scriveva che interessante risulterebbe l'idea di far commentare agli utenti dei siti gli annunci pubblicitari, per osservarne la reazione. Ma non va dipinto come un processo facile, «*c'è bisogno di controllare cosa la gente pubblica, (...) i commenti richiedono una sorta di vigilanza*» ¹⁸. La conversazione interattiva, comunque, è una caratteristica fondamentale e imperativa del giornalismo partecipativo e per il suo sviluppo, anche se per molti appare più come una minaccia all'editoria tradizionale e di professione.

Secondo passo: «*un piccolo step per salire ancora la scala sarebbe reclutare dei contributi aggiunti dai cittadini per le storie scritte da giornalisti professionisti*». ¹⁹ Si tratta di qualcosa in più rispetto al semplice commento degli utenti: esperienze, sensazioni, notizie dalla vita di tutti i giorni. Potrebbe, questo, essere un approccio che permetta di trasformare un piccolo articolo, di poche righe, in un servizio completo per il lettore. C'è bisogno anche qui, ovviamente, di una qualche forma di vigilanza. «*Immaginate (...) se qualcuno postasse un commento con una foto di qualcuno che apparentemente sta forzando la serratura di un'auto, e il sospetto fosse identificabile. Se quella persona fosse l'innocente proprietario dell'auto e ci avesse lasciato le chiavi chiuse*

¹⁷ S. OUTING, *The 11 lawyers of citizen journalism*, Poynter Online, 31/5/2005, trad. propria.

¹⁸ S. OUTING, *ibidem*.

¹⁹ S. OUTING, *ibidem*.

*dentro...»*²⁰ A prescindere da questo tipo sconveniente di eventualità, è una via praticabile per offrire alla comunità la migliore copertura possibile delle news.

Terzo, tra questi livelli del giornalismo partecipativo, è riportare le notizie con un sistema di *open-source*. Ora cominciamo a fare sul serio, scrive Outing. Per *open-source reporting*, generalmente, si intende un meccanismo di collaborazione tra professionisti e amatori, nel quale, ai lettori che sono informati sulla tematica della quale scrive il giornalista, si chiede di contribuire al progetto. E lo possono fare con interviste, testimonianze, con la propria esperienza, o direttamente raccogliendo materiale che andrà poi a far parte del prodotto finale. Outing suggerisce vari approcci per mettere in pratica questo metodo dell'*open-source*. Uno potrebbe essere annunciare ai propri lettori più assidui che si sta lavorando a un pezzo a media-lunga scadenza, come per esempio un'inchiesta o un'intervista, chiedendo e raccogliendo consigli e contributi, e distribuendo una bozza del proprio progetto prima di pubblicarlo in via definitiva. In alternativa il giornalista può raccogliere i suggerimenti dei lettori aggiungendoli all'articolo, magari con un sistema di pop-up (per le versioni digitali) sui concetti chiave o, appunto, su ciò che proviene da pubblico. Un'altra soluzione è quella di lanciare una colonna o un trafiletto curato dai lettori anche sui giornali cartacei.

Poi Outing parla del *citizen bloghouse*, una sorta di agglomerato di contributi esterni al giornalismo che curi i vari aspetti delle news cittadine o di una particolare comunità. Ci sono due modi per farlo. Il primo consisterebbe nel trasformare una lunga lista di blog sconnessi fra loro in un network cittadino o locale di notizie, diviso in categorie, e con una home page globale di riferimento che può servire anche per attirare eventuali opportunità di partnership commerciali. Il secondo modo, invece, consiste nell'essere selettivi, ovvero invitando dei blogger affermati a occuparsi di un'area o di un argomento della sezione web (o di un blog) di una testata. In entrambi i casi bisogna, però, fare

²⁰ S. OUTING, *ibidem*.

attenzione: «visto che sono dei volontari, non si può contare sui cittadini blogger per portare avanti un blog costantemente aggiornato o per tanto tempo»²¹.

Un tipo di blog in particolare merita un posto in solitaria, il quinto, in questa classifica degli strati del giornalismo partecipativo. Si tratta di quei blog che si basano sulla trasparenza e sulla condivisione del lavoro interno delle redazioni, invitando i lettori a partecipare o a contribuire, chiaramente solo in parte, al lavoro in corso. Un esempio può essere quello di un blog personale di un editorialista affermato o di un grande giornalista, in cui oltre a notizie e valutazioni personali vengono resi pubblici i processi di nascita di determinate scelte editoriali.

Al sesto livello Steve Outing colloca i siti di giornalismo partecipativo autonomi, quindi esterni alle correnti principali dell'informazione. I contenuti in questi casi sono prodotti interamente o quasi dagli utenti, con focus principale su notizie e avvenimenti locali. I cittadini possono caricare qualsiasi cosa desiderino (ovviamente fotografie incluse), qualsiasi cosa sia considerata in grado di destare interesse nella comunità, magari anche per supplire alla disattenzione dei grandi media. Il direttore, caporedattore o responsabile ha una funzione limitata di valutazione del materiale, soltanto per mantenere una sorta di "integrità editoriale". C'è il rischio che tutto ciò appaia come poco interessante ma, spiega Outing, «non significa che sia una cattiva idea. Significa che gli editor di questi siti locali di citizen journalism devono guidare i membri della comunità verso la realizzazione di contenuti di qualità, per educarli su cosa vale la pena condividere con i loro concittadini»²².

Il settimo di questi strati è del tutto identico a quello precedente, fatta eccezione per il fatto che Outing ce lo presenta in versione *unedited*, nel senso che i contributi non sono controllati. Quello che le persone scrivono va direttamente sul sito: difetti, imperfezioni, errori grammaticali. È importante

²¹ S. OUTING, *ibidem*.

²² S. OUTING, *ibidem*.

avere una qualche salvaguardia contro la pubblicazione di contenuti inappropriati, per questo sarebbe ideale che ci fosse un editor che controllasse i post anche soltanto dopo la loro messa online, ma è qualcosa difficile da mettere in atto. Una soluzione più pratica è quella di inserire un tasto per segnalare una cattiva condotta, che dopo un certo numero di segnalazioni cancellasse il post. Ma perché si lasciano liberi i siti di questo tipo, senza nessun controllo? Perché, semplicemente, questo approccio è più nello spirito del giornalismo partecipativo: “lasciali essere quello che sono”, senza cercare di trasformare ogni utente in un minigiornalista. Più comunità e meno giornalismo.

Anche l’ottavo passo della partecipazione è strettamente legato ai punti precedenti. «*Prendi entrambi i precedenti numeri 6 e 7 e aggiungi un’edizione stampata*»²³. Outing classificherebbe iniziative del genere alla stessa stregua dei giornali tradizionali. C’è, comunque, una corrente di pensiero che considera obsoleta l’idea di una versione stampata per i progetti di giornalismo partecipativo, perché manca un fattore fondamentale, quello dell’interattività.

Nove, l’ibrido, cittadini reporter e professionisti insieme. Dieci, invece, il passo successivo: giornalisti partecipativi e professionisti “sotto lo stesso tetto”. Una redazione congiunta insomma. Ma entriamo in una dimensione puramente teorica. In ogni pagina finirebbe il lavoro congiunto del giornalista professionista (pagato) e di quello partecipativo (volontario, quindi non retribuito). «*Questa visione del giornalismo partecipativo come complemento e aggiunta del giornalismo professionistico è così convincente, almeno in teoria. (...) È questo forse il modello che più si avvicina a quello che i pionieri dei citizen media come Jeff Jarvis e Dan Gillmor sposano: (...) professionisti e membri della comunità che condividono lo spazio di pubblicazione online, per il benessere del pubblico*».²⁴

²³ S. OUTING, ibidem.

²⁴ S. OUTING, ibidem.

All'undicesimo strato troviamo il massimo livello immaginabile di partecipazione: il *wiki journalism*. L'esempio più conosciuto è quello di WikiNews²⁵, partito dalla celebre enciclopedia libera Wikipedia come spazio pubblico nel quale tutti gli utenti possono scrivere e correggere gli articoli. WikiNews nasce con una versione sperimentale (che appena un mese dopo divenne definitiva) nel novembre del 2004, sviluppata dal giornalista freelance tedesco Erik Möller su iniziativa di alcuni membri storici della comunità di Wikipedia. Nel 2005 il progetto ha iniziato a usare le licenze Creative Commons, e nel 2007 venivano raggiunte le 10000 pubblicazioni per la versione in lingua inglese; versione, questa, costantemente aggiornata con i fatti del giorno ancora oggi. Esiste, ovviamente, anche l'italiano WikiNotizie²⁶. Al momento della stesura di questo elaborato, però, l'ultimo post nella versione nella nostra lingua è vecchio di qualche giorno²⁷. La variante in inglese ha avuto sicuramente un successo maggiore, ma è un modello che la stampa tradizionale stenta a voler adottare; anche se, spiega Outing, in alcune situazioni come nel caso dei necrologi sarebbe ideale. Una scelta del genere (non, chiaramente, nel caso dei necrologi) richiede coraggio però, e significherebbe dare il via a una perdita di controllo da parte dei poteri tradizionali nei confronti dei prodotti giornalistici che non ha precedenti, attraverso la continua interazione tra autore e lettore.

Una creatura scivolosa

L'idea fondamentale del giornalismo partecipativo, quindi, è che ci sono persone senza nessun tipo di formazione professionale di stampo giornalistico che possano utilizzare gli strumenti delle moderne tecnologie e la portata globale di Internet per creare, argomentare o controllare news e informazioni, per conto proprio o per fornire un servizio agli altri.²⁸ Tutti sanno cosa voglia dire far

²⁵ en.wikinews.org.

²⁶ it.wikinews.org.

²⁷ *Governo Letta sull'orlo della crisi*, WikiNotizie, 28/9/2013

²⁸ M. GLASER, *Your guide to citizen journalism*, «Public Broadcasting Service», 27/9/2006.

partecipare il pubblico, ma quand'è che ciò diventa giornalismo? Se lo chiedeva, nel 2003, il giornalista e blogger statunitense Joseph Daniel Lasica, in una pubblicazione sull'«Online Journalism Review» intitolata *What is participatory journalism?*. Lasica sosteneva che il citizen journalism fosse una creatura scivolosa, difficile da inquadrare con uno sguardo superficiale. Prima di poter parlare di giornalismo bisogna sapere con certezza a cosa ci si trova di fronte, se, ad esempio, a un'intervista condotta da un blogger in prima persona o semplicemente a un link che rimanda all'editoriale del sito di una testata autorevole; se a un commento lasciato sotto a un post o se a un reale contributo con invio da parte degli utenti di materiale multimediale. A scanso di equivoci, Lasica proponeva nel suo *What is participatory journalism?* sei macro categorie nelle quali fosse possibile inquadrare il fenomeno. Ovviamente, visto che stiamo parlando di un medium interattivo e, come detto, di una creatura scivolosa, questi gruppi si possono poi sovrapporre, incrociare e complementare l'un l'altro. Non si tratta, quindi, di una classificazione rigida.

Al primo posto c'è la partecipazione del pubblico alle principali agenzie di stampa: blog personali, come quello del già citato Dan Gillmor, in cui sono ammessi e ben accetti i commenti dei lettori. Poi blog collegati a testate classiche ma gestiti da persone esterne, o addirittura articoli scritti dai lettori o ancora materiale audiovisivo inviato da questi.

La seconda categoria indicata da Lasica è quella dei siti di news e informazione indipendenti, tra i quali è possibile annoverare una gamma di pagine che va da blog individuali, fino a pubblicazioni di nicchia che riguardino singole città, comunità, associazioni di consumatori o argomenti politici. Generalmente chi scrive è un amatore o uno scrittore indipendente; è importante, comunque, ricordare che il proposito primario è quello di informare i cittadini.

Poi, ci sono i veri e propri siti partecipativi di informazione, nei quali una buona parte dei contenuti sia prodotta e riportata in rete da cittadini – reporter. In

Asia, sono degni di nota il sudcoreano OhMyNews²⁹ e il giapponese JanJan, fondato a immagine e somiglianza del primo e chiuso, però, nel giugno del 2010. Negli Stati Uniti ha fatto la storia del giornalismo partecipativo, e fa parte di questa categoria, il sito Indymedia (Independent Media Center)³⁰ che si occupa di notizie trascurate dai mezzi di comunicazione mainstream e che, negli anni, è stato al centro di controversie legali e non per alcuni articoli polemici e dal tono accusatorio.

Quarti sono i siti multimediali di collaborazione e contribuzione. Si tratta di quelle piattaforme che mischiano l'interfaccia di un blog, spazi di discussione come quelle dei forum, link ad altre testate e contenuti editoriali che potrebbero risultare piacevoli anche quotidiani e giornali di altro tipo. Queste grandi comunità sono un intreccio complicato di più applicazioni del web, nelle quali sono i membri stessi a pubblicare, editare, controllare e valutare la piattaforma. Fino ai primi anni 2000 il New York Times fiancheggiava due di questi siti, il Vines Network e ThemeStream, due piattaforme di condivisione praticamente tutte in mano agli utenti che però, presto, chiusero i battenti. Resta fortemente attivo, sempre in questo campo, Slashdot³¹ (abbreviato “/.”): nato come un blog nel 1997, adesso è una grande spazio di condivisione di notizie sulla tecnologia e sull'hi-tech. Si autodefinisce una pagina di *news for nerds*, ed è gestita del tutto dagli utenti.

Quinto posto per *other kinds of thin media*: newsletter, mailing list e altri sistemi di comunicazione digitale. Sempre, ovviamente, che riguardino aspetti propri del giornalismo partecipativo, e quindi che siano orientati al cittadino o portati avanti da amatori.

In ultimo, i siti di broadcasting personale. Lasica porta l'esempio di KenRadio Broadcasting. La web radio, gestita e condotta dal fondatore Ken

²⁹ www.ohmynews.com.

³⁰ www.indymedia.org.

³¹ www.slashdot.org.

Rutkowski e da Andy Ambramson, propone principalmente programmi (sia audio che video) su argomenti di tecnologia (dibattiti, recensioni, analisi) ma anche di intrattenimento e informazione. KenRadio nasce addirittura nel 1990, come podcast giornaliero sull'industria della tecnologia. Nel 1995 Rutkowski sulla sua radio lanciava un talk show, «The World Tech Roundup», con il quale il progetto andava ben oltre il solo podcasting, dal momento che si incentrava non solo sulle novità ma anche sul business dell'hi-tech in tutto il mondo. Oggi KenRadio può contare, tra gli altri, su partner come CBS, Microsoft e iTunes.

Giornalismo partecipativo e disintermediazione

Tornando al termine di partenza, quello del giornalismo partecipativo, sembrano esserci comunque delle controversie. Il giornalista americano Mark Glaser, editor esecutivo di PBS Media Shift, e che da anni si occupa di tematiche molto variegata dei nuovi media (dall'hip – hop fino alla tecnologia), in un articolo³² del 2006 scriveva al riguardo. Secondo Glaser, la maggior parte dei giornalisti di professione ritiene che il citizen journalism non sia in grado di comprendere la precisione e l'etica che fanno parte del mestiere. Ma, d'altro canto, ci sono molti professionisti che sui propri blog o su Twitter svolgono delle funzioni che si collocano al di fuori delle gerarchie tradizionali del giornalismo. Comunque sia il termine “citizen” è impreciso, e, a quanto pare, neanche molto popolare, sia alla base sia al livello dei giornalisti di professione. «*Non sono i giornalisti professionisti anche loro dei cittadini? Se sei un alieno illegale e non veramente un cittadino, questo rende il tuo lavoro invalido?*».³³ L'esempio che fa Glaser è quello di «New West»³⁴, un sito che si propone come guida digitale alle news e alla cultura della regione della Rocky Mountain (il Nuovo West, appunto), negli Stati Uniti. A scanso di equivoci, su New West viene usato il

³² M. GLASER, op. cit.

³³ M. GLASER, ibidem, trad. propria.

³⁴ www.newwest.net.

termine *unfiltered* (letteralmente “non filtrato”) per i contributi di giornalismo partecipativo che vengono richiesti e utilizzati.

Uno dei concetti fondamentali alle spalle del giornalismo partecipativo è che i reporter e i produttori delle correnti mainstream dei media non sono più il centro di potere e di conoscenza della comunicazione, spiega sempre Glaser. «*Il pubblico conosce molto di più come collettivo rispetto ai giornalisti in quanto singoli*»³⁵; quindi, i media tradizionali, quelli consolidati, cercano di sfruttare tutto ciò, inserendo la possibilità di lasciare commenti sui post online o creando dei database di contributi da parte degli utenti. «*Gli strumenti della comunicazione di massa sono andati dal possedere fabbriche di carta, stampanti, trasmettitori da milioni di dollari e licenze, fino ad avere un PC economico o un telefono cellulare nella propria tasca*»³⁶. Questo permette a chiunque di avere un rapporto diretto con l’informazione, cambiando le carte in tavola come era successo ai tempi dell’avvento dell’alfabetizzazione. «*È una cosa positiva per il giornalismo, perché consente qualcosa in cui il giornalismo stesso è stato lacunoso: la concorrenza da parte del proprio pubblico*»³⁷, come se servisse a fare da filtro o da controllo. Glaser afferma che Internet sta facendo al giornalismo ciò che la stampa ha fatto alla Chiesa: «*le persone bypassano la sacrosanta autorità del giornalista allo stesso modo in cui Lutero affermava che gli individui possono avere una relazione diretta con Dio senza l’intermediazione del prete. Internet ha disintermediato gli agenti in altre industrie, perché il giornalismo dovrebbe essere immune?*»³⁸

Tamara Witschge, ricercatrice associata alla Goldsmiths di Londra e Ph.D alla School of Communications Research dell’università di Amsterdam, nel 2009 usava il termine *street journalism*, proprio in riferimento al giornalismo partecipativo. L’articolo in questione (*Street journalists versus “ailing*

³⁵ M. GLASER, *ibidem*.

³⁶ M. GLASER, *ibidem*.

³⁷ M. GLASER, *ibidem*.

³⁸ M. GLASER, *ibidem*.

journalists”) è stato pubblicato su openDemocracy, una risorsa condivisa che, usando il criterio delle Creative Commons, si propone come servizio pubblico al servizio dell’informazione e del cittadino (*free thinking for the world*); sul modello di WikiNews, quindi. L’autrice apre proponendo uno spunto importante di riflessione: «*non è più sufficiente essere informati per godersi pienamente la cittadinanza; ora c’è bisogno di essere produttori di informazione. Ma lo siamo?»*.³⁹ Secondo una ricerca condotta proprio dalla Witschge per conto della Goldsmiths, i giornalisti (in questo caso britannici) sarebbero intrappolati in una concezione burocratica o amministrativa della professione, che li vede costretti al desk a monitorare gli altri media, i contenuti user – generated e il materiale vecchio dal quale estrapolare le nuove storie che, in realtà, a quanto pare, sarebbero riciclate. Il quadro che ne emerge è quindi quello di un’informazione, specie quella online, fin troppo omogenea, e che presenta le notizie ripetutamente e dalle stesse angolazioni. La diversificazione e la qualità dei contenuti, dice sempre la Witschge, la dovrebbero portare i corrispondenti specializzati o i commentatori di livello. Ma, a causa della crisi e non solo, i tagli nelle redazioni hanno riguardato principalmente reporter d’inchiesta o le sedi all’estero.

A questo punto, ecco che entra in scena lo street journalism. Nel contesto descritto dalla Witschge, hanno un ruolo fondamentale per la diversificazione dell’informazione e per la qualità della stessa i siti indipendenti, come lo stesso openDemocracy, appunto, e come il già citato Indymedia, in grado di portare al pubblico prospettive che differiscono da quelle proposte dai media mainstream. Tra questi, viene citato Demotix, nato con lo scopo di promuovere i principi della libertà di parola e di informazione: «*il network per fotogiornalisti freelance*», recita la home page del sito⁴⁰. L’allora neonato Demotix, poco prima che venisse scritto l’articolo, era stato premiato come “Independent Media” dal Guardian nel Media Innovation Award del 2009. La Witschge utilizza l’esempio di questo

³⁹ T. WITSCHGE, *Street journalists versus “ailing journalists”*, openDemocracy – free thinking of the world, 27/3/2009, trad. propria.

⁴⁰ www.demotix.com.

network per raccontare il modello dello street journalism, in opposizione al giornalismo indisposto, malaticcio; *ailing*, appunto. E lo fa attraverso un'intervista a Turi Munthe, fondatore e amministratore delegato di Demotix. Munthe spiega che il sito si potrebbe definire, piuttosto che come network di giornalismo partecipativo, come piattaforma di giornalismo di strada. Ne fa una questione di qualità, non di impegno civico. Ne fa una questione di contributi di qualità, per evitare alla redazione, fatta rigorosamente da giovani volontari, di dover perdere tempo dietro a materiale inutile o di scarso rilievo; Demotix, quindi, funziona attraverso dei team di reporter, che, idealmente, nei sogni di Munthe, dovrebbero arrivare a costituire una rete di squadre di street journalist che operano a livello locale.

Demotix ricerca la garanzia della qualità, quindi, attraverso la chiara distinzione tra fatti e opinioni: se, come sembra ai molti, le semplici opinioni dei cittadini non costituiscono informazione, allora bisogna proporre standard qualitativamente alti. Ma c'è un problema, una controindicazione se vogliamo. Lo street journalism non sembra essere in grado di diventare un vero e proprio mestiere: *«quello che spero che potremo fare è di integrare le entrate di giornalisti professionisti, e quello che veramente spero di fare è premiare, essenzialmente, la partecipazione politica»*⁴¹.

Altro concetto che spiega a pieno l'essenza del giornalismo partecipativo è quello di *networked journalism*, proposto da Jeff Jarvis, giornalista, scrittore e direttore del Centro di Giornalismo Imprenditoriale della Graduate School of Journalism dell'Università di New York. Parlare di *«networked journalism tiene in conto la natura di collaborazione del giornalismo di oggi: professionisti e amatori lavorano insieme per catturare la realtà (...) concentrandosi più sul processo che sul prodotto»*⁴². Il pubblico può essere coinvolto nella notizia prima che venga pubblicata, con suggerimenti, domande e contributi di materiale. Il citizen journalism, invece, implica che *«l'attore definisca l'atto e questo non è*

⁴¹ Riportato in T. WITSCHGE, *ibidem*.

⁴² J. JARVIS, *Networked Journalism*, BuzzMachine.com, 5/7/2006, trad. propria.

vero in un periodo in cui chiunque può fare giornalismo»⁴³. Inoltre, molti professionisti hanno espresso dei dubbi sul fatto che, in questo modo, loro stessi non sarebbero considerati cittadini. Anzi, «più i giornalisti si comportano da cittadini, più forte sarà il loro giornalismo».⁴⁴

L'informazione on demand

«C'è un grande spostamento nel balance of power nel nostro mondo, dai fornitori di contenuti fino ai consumatori. Il consumo di notizie così dette per appuntamento [appointment – driven] sta lasciando velocemente spazio a un consumo di news on demand. E, come abbiamo visto così chiaramente nell'ultimo anno o poco più, i consumatori vorranno utilizzare la doppia natura di Internet per diventare partecipanti attivi nello scambio di notizie e idee. L'informazione, intesa come lezione, sta lasciando spazio all'informazione come conversazione».⁴⁵ Queste, le parole di Tom Curley, direttore dell'Associated Press, in occasione della conferenza di apertura dell'Online News Association del 2004. Il giornalismo partecipativo è allo stesso tempo annuncio e conseguenza di questo cambiamento della dimensione dell'informazione, terreno di sperimentazione che servirà a gettare le basi delle funzioni di un nuovo giornalismo nell'era digitale⁴⁶. Una di queste funzioni è quella di ridimensionare il patto di fiducia tra i mezzi di comunicazione e il pubblico, con un processo di apertura ai cittadini che «sta già avvenendo, trainato dall'enorme disponibilità e accessibilità delle informazioni garantita da Internet e dal controllo esercitato dai blog sulla veridicità e l'accuratezza delle informazioni veicolate dai mass media».⁴⁷

⁴³ J. JARVIS, ibidem.

⁴⁴ J. JARVIS, ibidem.

⁴⁵ Riportato in J. ROSEN., *Top ten ideas of '04: news turns from a lecture to a conversation*, PressThink.org, 29/12/2004, trad. propria.

⁴⁶ D. GALLI, *Che cos'è il giornalismo partecipativo?*, in «Problemi dell'informazione», a. XXX, n. 3.

⁴⁷ D. GALLI, ibidem.

In questo stesso senso si collocano anche le parole del magnate australiano della stampa Rupert Murdoch in un suo discorso del 2005 all'American Society of Newspaper Editors. *«Non passa quasi giorno senza che qualcuno rivendichi che le nuove tecnologie stiano rapidamente scrivendo il requiem della carta stampata»*, diceva Murdoch. *«È una realtà in rapido sviluppo che noi dovremmo cogliere come una grossa opportunità di migliorare il nostro giornalismo e di espandere la nostra portata. (...) Dobbiamo capire che la nuova generazione di persone che hanno accesso alle notizie, sia dai giornali che da qualsiasi altra fonte, ha delle aspettative diverse riguardo al tipo di news che riceverà, compreso come, quando, dove e da chi le riceverà. (...) Quella che sta accadendo è, in breve, una rivoluzione del modo in cui i giovani hanno accesso all'informazione. Non vogliono affidarsi al quotidiano del mattino per avere un aggiornamento sulle notizie. Non vogliono affidarsi a figure divine [Godlike] che dicano loro dall'alto cosa sia importante. E per portare ulteriormente avanti l'analogia religiosa, certamente non vogliono le news presentate come un vangelo. (...) Vogliono esercitare un controllo sul loro medium, invece di essere controllati da questo. (...) Vogliono essere in grado di usare l'informazione in una comunità più ampia, per parlarne, per discuterne, per chiedere, e addirittura per incontrare la gente che concepisce il mondo in maniera simile o diversa. (...) Il nostro sito Internet dovrà fare ancora di più per essere competitivo. Per alcuni, dovrà diventare un luogo di conversazione. Il nativo digitale non manda più lettere al direttore. Va online e apre un blog. Noi dobbiamo essere una destinazione per questi blogger. Dobbiamo incoraggiare i lettori a pensare al web come il luogo in cui coinvolgere i nostri inviati e redattori in discussioni più estese sul modo in cui una particolare notizia è stata riportata o costruita o presentata»*.⁴⁸

⁴⁸ Rupert Murdoch's speech to the American Society of Newspapers Editors, Washington DC, 13/4/2005, theguardian.com, trad. propria.

CAPITOLO II

INDYMEDIA, QUANDO L'ATTIVISMO DIVENTA GIORNALISMO

L'Independent Media Center è un network globale di giornalismo partecipativo fondato per ricercare un radicale, accurato e appassionato racconto della verità, *«animata da amore e ispirazione per la gente che continua a lavorare per un mondo migliore, a dispetto delle distorsioni dei media tradizionali, che mostrano di non voler appoggiare gli sforzi di liberare l'umanità»*⁴⁹; così scrive lo staff all'interno della sezione "About" del proprio sito. Sono, questi, principi cardine non solo di Indymedia (abbreviato anche come IMC), ma proprio del giornalismo partecipativo inteso in termini generali. Ecco perché, negli Stati Uniti soprattutto, ma anche in altre parti del mondo, Indymedia rappresenta non solo il primo e forse anche il migliore modello di citizen journalism; ma, probabilmente, anche il momento in cui l'attivismo (o meglio, il mediattivismo) ha cominciato a lasciare spazio al giornalismo partecipativo. Gli obiettivi degli esordi di questo network, rimasti invariati nel tempo, erano quelli di mettere in luce il lato nascosto delle notizie, o perlomeno quello che i media tradizionali non volevano far vedere. Mostrare la realtà in tutto e per tutto, senza distorsioni o censure, proporsi come fonte alternativa di informazione, in costante e perenne opposizione ai flussi convenzionali della comunicazione delle grandi corporate, più simili a delle multinazionali che a delle organizzazioni votate solo alla verità.

⁴⁹ <http://indymedia.org/en/static/about.shtml>

Le origini: dal mediattivismo al movimento di Seattle

L'inizio della storia dell'Independent Media Center può essere considerato l'ormai lontano 1999. Prima però, bisogna partire, appunto, dal mediattivismo, questo sconosciuto. Intanto: cos'è? Una sorta di progenitore del giornalismo partecipativo, potremmo dire in modo semplificatorio. Una particolare forma di attivismo, assolutamente e prettamente caratteristico dei nostri tempi, in cui le nuove tecnologie vengono usate come parte o a sostegno di movimenti sociali o politici, per dare una definizione un po' più articolata. Sono parecchi gli scopi e i campi d'azione, dalla comunicazione di tipo sociale, alla raccolta fondi, fino a quelle manifestazioni che vengono inquadrare nel fenomeno conosciuto come "hacktivism", e cioè l'azione simil-violenta o di boicottaggio attraverso la rete; un po' quello che fanno i membri del gruppo Anonymous, per fare un esempio. Il mediattivismo nasce, molto probabilmente, nel 1994. Nel Chiapas, regione meridionale del Messico, il giorno dell'entrata in vigore del Trattato del Libero Commercio del Nord America (primo gennaio), un gruppo di indigeni rivoltosi, l'Esercito Zapatista di Liberazione Nazionale⁵⁰, dichiarava guerra al paese intero. Ma più che una guerra gli indigeni ricercavano un confronto con le forze politiche messicane per arrivare ad un mondo migliore; non era una rivolta per il potere, né un "tentativo" ideologico di andare allo sbaraglio sul campo di battaglia. Con la Dichiarazione della Selva Lacandona questo piccolo esercito della sinistra radicale, che prendeva spunto dalla dottrina marxista, chiedeva, "semplicemente", il passaggio del Messico a un regime di democrazia partecipativa. Però i media locali, e anche quelli di grande rilievo internazionale come la CNN, non diedero grande spazio alla Dichiarazione zapatista, non leggendola se non per sommi capi. E allora quale modo migliore per creare un circolo di solidarietà intorno a questa iniziativa, se non la rete? Originale il pensiero ma originale anche il mezzo, se pensiamo che nel 1994 far circolare un messaggio attraverso un Internet, molto diverso da quello di oggi, non era

⁵⁰ www.ezln.org.mx.

proprio l'abitudine. Ma in questo modo gli zapatisti riuscirono ad allargare il raggio di ricezione del loro messaggio, se vogliamo anche solo del loro punto di vista, non a tutto il Chiapas, regione sperduta nel sud del Messico, periferia sconosciuta del nostro mondo; neanche a tutto il Messico che pure rischiava di dare molto poco spazio all'EZLN; ma a milioni di persone nel mondo. Eccola, la faccia interattiva della globalizzazione: uscire dai canali tradizionali di comunicazione e informazione e far comunque giungere a destinazione il proprio messaggio. Nasceva un pioneristico web 2.0? Forse. Forse ne venivano solo gettate le basi, almeno da un punto di vista ideale, se non ideologico. Arriviamo così al nostro punto di partenza: il mediattivismo si interseca col giornalismo partecipativo, e ne getta in un certo senso le basi, nel momento in cui gli attivisti si adoperano per portare alla luce notizie nascoste, deviate o censurate dai media classici.

Quindi, ritorniamo a Indymedia. Ritorniamo al novembre del 1999. A Seattle era in corso la terza Conferenza Ministeriale della World Trade Organization, in occasione della quale si scatenarono i movimenti no global. Centinaia di mediattivisti, che nei mesi precedenti avevano lavorato per sviluppare un sistema indipendente di media attraverso l'attività delle loro organizzazioni anti globalizzazione, si ritrovarono a Seattle, facendo confluire il proprio lavoro in un solo e unico grande sistema di copertura degli eventi relativi alle proteste. Nasceva un pioneristico "centro di comunicazione indipendente", progenitore di quelli che oggi sono gli IMC sparsi per tutto il mondo. Questo primo presidio di Indymedia raccontava le proteste di Seattle attraverso un'edizione cartacea, «The Blind Spot», ma anche e soprattutto attraverso il proprio sito Internet, che ricevette, a cavallo tra novembre e dicembre 1999, nel periodo cioè in cui si tenne la Conferenza dell'OMC, circa un milione e mezzo di visite⁵¹.

⁵¹ *How did Indymedia get started?*, in «Indymedia's FAQ», Indymedia.org/en

Il Movimento di Seattle era stato il sequel di un altro esperimento simile, sei mesi prima a Londra, in occasione del Carnival Against Capitalism. Questa particolare manifestazione era stata concepita come una giornata mondiale di protesta pacifica contro il summit del G8 a Colonia, in Germania. «Our resistance is as transnational as capital», era lo slogan dei manifestanti. In varie città del mondo il 18 giugno del '98 vennero organizzate delle marce a ritmo di musica per le strade; a Londra era la samba a farla da padrona. Circa 5000 persone confluirono in un unico grande corteo che arrivò fino all'edificio del London International Financial Futures Exchange⁵², dove iniziarono gli scontri con la polizia. Tutto lo sviluppo di questa particolare parata di protesta fu raccontato in diretta su Internet, secondo il modello che poi sarebbe stato quello di Indymedia. Grazie ad un software sviluppato per l'occasione da attivisti australiani, fu possibile documentare gli eventi di Londra praticamente in diretta, con foto e testimonianze dirette dei partecipanti.

«Don't hate the media, become the media»

Così, dopo il Carnevale di Londra e dopo la Conferenza di Seattle, Indymedia continuò fino al 2001 a focalizzarsi sulla controinformazione di manifestazioni di protesta in occasione di grandi eventi. Con il diffondersi degli IMC in giro per il mondo poi, gli utenti hanno cominciato a pubblicare articoli sui temi più diversi, allargando il raggio di azione di competenza del network. Mantenendo sempre, però, un tono critico verso le grandi multinazionali e con una forte componente no-global e di sinistra.

⁵² Il London International Financial Future and Options Exchange (abbreviato LIFFE) è un'organizzazione di scambio di contratti a termine standardizzati di attività finanziarie, comunemente conosciuti come *futures*. Fu fondato nel 1982 da Sir Brian Williams, con sede, come può facilmente essere intuito, a Londra. Dopo due fusioni negli anni Novanta con altrettanti istituti borsistici londinesi, nel 2002 fu acquisito dall'olandese Euronext. Oggi fa parte del gruppo mondiale di mercati borsistici NYSE Euronext, in seguito alla fusione, nell'aprile del 2007, tra Euronext e New York Stock Exchange di Wall Street.

«Don't hate the media, become the media», recita il motto dell'organizzazione. È l'utente a decidere il contenuto: chi si ritrova a essere scontento del modo in cui le news vengono mandate in onda dai mezzi di comunicazione convenzionali ha un mezzo non per boicottarli, ma per proporre l'informazione e per partecipare in maniera alternativa. Quindi più controinformazione, se vogliamo, e meno uso antagonista della tecnologia. Indymedia, come detto, può essere considerato come il punto di contatto tra il giornalismo partecipativo e l'attivismo in Internet; perché, appunto, da voce di dissidenza e racconto di protesta, è diventato voce e racconto di dissidenza e protesta, ma anche di tutto il resto. Anche se quasi mai senza creare scalpore o senza inimicarsi i media tradizionali, va detto. Infatti, sia per i toni polemici e provocatori, sia perché si fatica ancora a dare fiducia a piattaforme di condivisione di questo tipo, Indymedia non gode di un'ottima reputazione, se non tra i suoi utenti o lettori assidui. Gode invece della reputazione di antagonista delle reti e delle agenzie tradizionali, questo sì. Anche perché il più delle volte gli attivisti dei vari IMC ci esprimono in termini non convenzionali e assolutamente fuori dalla logica del politically correct. Il 2 febbraio del 2003, ad esempio, usciva su Indymedia UK un articolo di poche righe che causò un grande scalpore nel mondo mediatico⁵³. Il pezzo veniva aperto con il luogo dal quale venivano i fatti: Gerusalemme Occupata. Ma fin qui nulla di particolare. Nell'articolo veniva riassunta un'intervista allo storico israeliano Martin Van Creveld, il quale dichiarava che la Germania e l'Europa tutta fossero sotto la portata del raggio d'azione dei missili di Israele; come per scatenare, suggeriva l'IMC britannico, un nuovo olocausto, questa volta al contrario. Tremenda suggestione, nulla più. Il fatto, però, stava nel termine usato per descrivere gli israeliani: le parole in lingua inglese *Israeli Zionists* (sionisti israeliti) avevano dato luogo, nell'uso comune di più IMC nello stesso periodo, all'appellativo "Zionazis". Risultato: nel maggio

⁵³ *Zionazi professor boasts: "most European capitals are targets of our air force"*, Indymedia.org.uk, 2/2/2003.

dello stesso anno, in seguito ad alcune lamentele, gli articoli di Indymedia e le home page di alcuni media center venivano escluse dalla ricerca di Google.

Indymedia, oggi, si organizza come rete di piattaforme locali indipendenti dalle correnti mainstream dei mezzi di comunicazione, ma soprattutto indipendenti fra loro; anche se con un progetto di coordinamento globale in via di sviluppo. Le redazioni, o simil redazioni, dei vari IMC sono una sorta di collettivi o cooperative, luoghi di lavoro aperti e organizzati in modo tale da permettere la pluralità di espressione delle varie realtà che contribuiscono alla creazione del materiale. Ce ne sono più di 150 sparsi per il mondo⁵⁴. La home page globale di Indymedia permette di raggiungere i nodi delle varie IMC, nazionali o “zonali” che siano, con un semplice link. Non esiste alcun tipo di organizzazione gerarchica; le decisioni, anche riguardanti determinate scelte stilistiche o editoriali, vengono prese in modo assembleare. Eventuali divisioni gerarchiche, se esistono, sono dovute al controllo di risorse o strutture o all’accesso ai fondi; si tratta, quindi, di gerarchie *de facto*. Comunque sia, le comunicazioni interne sono totalmente pubbliche e trasparenti, motivo per il quale è difficile che chi si trova in una posizione migliore (per una questione organizzativa o perché, magari, gestisce le risorse economiche di un determinato IMC) riesca ad esercitare un controllo reale sugli altri attivisti. Addirittura si può trovare riscontro pubblico delle discussioni interne tra gli attivisti dei vari nodi. Sul sito globale di Indymedia esiste una pagina con i link a tutti gli archivi relativi alle mail tra i membri e alle comunicazioni interne di natura organizzativa.⁵⁵ In alcuni casi sono i membri stessi a pagare una piccola quota mensile per il mantenimento delle strutture e degli equipaggiamenti. Indymedia è sui social network, ma non su Facebook. Addirittura i siti di alcune IMC invitano a non usarlo, in quanto la piattaforma non consente un rispetto della privacy considerato corretto dagli attivisti dei media center.

⁵⁴ *What is Indymedia?*, in «Indymedia’s FAQ», Indymedia.org/en.

⁵⁵ <http://lists.indymedia.org/>

Ma chiunque può partecipare per conto proprio, caricando qualsiasi tipo di testimonianza, filmata o scritta che sia, in quelli che comunemente ormai vengono chiamati *newswire*. Si tratta di blog pubblici, aperti a tutti, dove la registrazione non è obbligatoria. Il vero luogo di scambio e condivisione in rete dove l'attivista di Indymedia rende partecipe il mondo di ciò che, secondo lei o lui, i media tradizionali censurano. Ed è stata questa la ragione del successo di Indymedia nel campo del mediattivismo/giornalismo partecipativo. Ne è la dimostrazione, ad esempio, il grande lavoro fatto dal media center di Genova in occasione del G8 del 2001. La sezione italiana del network ha svolto un ruolo importante nell'ambito della controinformazione riguardante il summit del capoluogo ligure. Quartier generale dell'IMC di Genova era la (purtroppo) celebre scuola "Diaz", dove, oltre ad hacker e attivisti provenienti da tutto il mondo, si era insediata la cooperativa Indymedia per la copertura dell'evento. Giornalisti, esponenti dei movimenti no-global, webmaster; tutto girava intorno alla "redazione" dell'IMC, punto focale dell'informazione libera e indipendente (o comunque non facente capo alle principali correnti della comunicazione). Oltre al grande lavoro di pubblicazione in tempo reale di notizie relative al controsummit, grazie alla base logistica della scuola "Diaz", appunto, e all'uso di quelli che erano i progenitori degli attuali smartphone per le fotografie e i video, l'IMC di Genova rimase, nei giorni successivi, la fonte più attendibile per ciò che riguardava feriti e arresti in seguito agli scontri. Altra "esclusiva", relativamente recente, riportata da Indymedia è stata il lato antigovernativo delle proteste che si sono scatenate in Argentina tra il 2001 e il 2002 in seguito alla crisi economica e bancaria.

Indymedia utilizza il software libero per antonomasia, la GNU General Public License (GNU GPL). Il programma, nella sua prima versione, è datato 1989. Si basa sul concetto del copyleft (tradotto in italiano, a volte, anche come permesso d'autore): chi scrive o pubblica secondo questo criterio permette la distribuzione, la copia e la modifica del materiale d parte di chiunque. Nel

copyleft “puro”, e cioè quello concepito per la libertà del mondo informatico e, quindi, quello di cui ci occupiamo, la modifica del materiale originale deve essere fatta rispettando il regime giuridico della prima versione: semplicemente, modificare e distribuire senza restrizioni, se non quella di permettere ulteriori modifiche. La GNU GPL si contrappone ovviamente ai software di proprietà e non è assoggettabile ad alcun tipo di brevetto. Non solo i contenuti pubblicati sui siti che la utilizzano, quindi, ma anche il programma stesso è sottoposto a copyleft, e cioè è possibile svilupparne nuove versioni e può essere ceduto mantenendone sempre i principi di modificabilità e fruibilità libere.

Polemiche, controversie e guai legali

Al di là delle solite polemiche legate alle iniziative di giornalismo partecipativo, e quindi all'imparzialità, ai toni accusatori e all'uso antagonista della tecnologia nei confronti dei media tradizionali, Indymedia ha avuto negli anni una serie di controversie legali e ne ha subito le ripercussioni in termini di provvedimenti anche da parte dell'FBI e delle forze di polizia internazionali (tra i quali anche il blitz della Polizia di Stato italiana all'interno della scuola “Diaz” di Genova). Il 7 ottobre del 2004 l'FBI ordinò la chiusura dei server britannici del provider americano Rackspace⁵⁶, ai quali si appoggiavano più di venti IMC europei. La chiusura forzata dei server, oltre a neutralizzare l'attività di Indymedia fino alla riapertura, una settimana più tardi, fu seguita dalla confisca e dall'analisi del contenuto degli stessi, da parte delle autorità internazionali. In un primo momento Rackspace spiegò di aver ricevuto un ordine federale di chiusura dei server di Indymedia, seguendo ciò che prevede il Mutual Legal Assistance Treaty⁵⁷, i cui governi che ne sono membri cooperano in materia di terrorismo internazionale, rapimenti e riciclaggio di denaro.

⁵⁶ www.rackspace.com.

⁵⁷ Il Mutual Legal Assistance Treaty (MLAT) è un accordo tra due o più paesi per lo scambio e la distribuzione di informazioni con il fine di rinforzare la legislazione per quanto riguarda la tassazione,

In realtà, da alcuni documenti pubblicati successivamente da una corte del Texas (in seguito all'azione legale dell'Electronic Frontier Foundation⁵⁸⁵⁹), venne fuori che l'operazione internazionale era scaturita da un'indagine italiana. Indagine partita per iniziativa del Pm bolognese Marina Plazzi e del suo vice Luca Tampieri, in seguito a un attentato ai danni dell'allora presidente della Commissione Europea Romano Prodi. La sera del 21 dicembre del 2003 due ordigni erano stati fatti esplodere poco distanti dall'abitazione di Bologna di Prodi. Sei giorni più tardi un altro congegno incendiario aveva preso fuoco a contatto con l'aria, sempre a casa di Prodi, dopo che l'ex presidente del Consiglio aveva estratto un libro, contenente l'esplosivo, da un pacco postale indirizzato alla moglie. Il 23 dicembre l'attentato era stato rivendicato dalla Cooperativa Artigiana Fuoco e Affini (Occasionalmente Spettacolare) e dalla Federazione Anarchica Informale, insieme ad altre organizzazioni di stampo anarchico e insurrezionale, in un documento inviato alle redazioni de «La Repubblica», «Liberò» e «Il Corriere della Sera». In questo documento si annunciava l'iniziativa denominata “operazione Santa Claus”, contro quelle che venivano definite le politiche di sfruttamento e dominazione dell'Unione Europea. Gli obiettivi sarebbero stati gli artefici principali di questo “meccanismo di controllo” europeo. Il 29 dicembre altri due ordigni furono individuati e resi inoffensivi; il primo era diretto a Francoforte, all'ufficio del Direttore della BCE Jean Claude Trichet; l'altro aveva come obiettivo la sede dell'EUROPOL, all'Aia. Il 5 gennaio successivo altri tre pacchetti contenenti delle bombe erano destinati a tre parlamentari europei. Le buste contenenti i vari ordigni risultarono

l'evasione fiscale, il terrorismo internazionale e altri provvedimenti legali che riguardano la criminalità in generale.

⁵⁸ www.eff.org.

⁵⁹ L'Electronic Frontier Foundation (EFF) è un'associazione no profit con base a San Francisco. Dal 1990, anno della sua fondazione, si batte per la salvaguardia e la difesa legale della libertà di espressione, della privacy, dell'innovazione e dei diritti dei consumatori online. Tutta l'attività in difesa della libertà digitale degli individui, sia in sede legale, ma anche per quanto riguarda la sensibilizzazione e l'educazione dell'opinione pubblica, è finanziata interamente da donazioni.

tutte spedite da Bologna, e quindi riconducibili all'azione della Federazione Anarchica Informale e compagnia⁶⁰.

Queste appena elencate, le ragioni che indussero la Procura della Repubblica di Bologna a richiedere la cooperazione internazionale per il sequestro preventivo dei server italiani di Indymedia, causando il blocco anche di tutti gli altri che si appoggiavano alla base britannica di Rackspace. E ciò perché, sempre secondo la Procura, la Federazione Anarchica Informale si era servita degli IMC italiani per far passare dei messaggi insurrezionali. L'accusa era quindi quella di aver supportato attività di terrorismo. Inoltre, secondo France-Presse, il portavoce dell'FBI Joe Parris aveva ammesso che anche Ginevra aveva aperto un'indagine sulla copertura di Indymedia sul summit del G8 del 2003, tenutosi a Evian⁶¹. Il tutto si risolse in un'assoluzione per le accuse di terrorismo rivolte a Indymedia, che aveva, comunque, sempre negato qualsiasi legame con gli anarchici della FAI; probabilmente non c'erano neanche le condizioni per richiedere una mobilitazione internazionale, prevista dal MLAT solo in caso di sospetta attività di terrorismo. In Gran Bretagna, a questo punto, si sosteneva⁶² addirittura che dietro all'operazione della procura bolognese ci fosse invece il progetto di recuperare alcune importanti documentazioni che avrebbero riguardato il blitz alla scuola Diaz di Genova durante il già citato summit del G8 di quattro anni prima. Senza che, però, anche questa supposizione, si traducesse in qualcosa di concreto.

Nel 2005 i server delle IMC britanniche subirono una nuova chiusura forzata, in seguito a un post che, secondo le autorità locali, inneggiava alla rivolta. In realtà sul newswire di Bristol apparve una pubblicazione anonima che invitava a una delle tante azioni che facevano parte dell'organizzazione del

⁶⁰ Rogatoria internazionale della Proc. Pen. 9608/03 e 9704/03 R.G. mod. 44, emessa dalla Procura della Repubblica presso il Tribunale di Bologna l'11/5/2004, disponibile all'indirizzo <https://www.eff.org/files/filenode/Indymedia/01.pdf>.

⁶¹ Riportato in *Indymedia to US, UK, Swiss and Italian authorities: "Hands off our websites"*, Indymedia.org/en, 11/10/2004.

⁶² J. LETTICE, *Indymedia seizures: a trawl for Genoa G8 trial cover up?*, TheRegister.co.uk, 14/10/2004.

controsummit del G8 di Gleneagles, in Scozia. Nel post in questione si invitava al boicottaggio di un treno merci che trasportava auto nuove per mostrare il dissenso ai mancati provvedimenti contro l'inquinamento e i cambiamenti climatici. Nonostante il post fosse stato rimosso immediatamente dopo il primo avviso della polizia, ci furono degli arresti e, come detto, il blocco del sistema per incitamento ad attività criminali. BBC News parlò di violazione della libertà di stampa e di espressione⁶³. Ma la faccenda, comunque, si risolse con il rilascio degli attivisti arrestati e con il ristabilimento degli equipaggiamenti di Indymedia UK.

Lo strano caso di Indymedia Italia

Vale, a questo punto, la pena di soffermarsi brevemente sul caso di Indymedia Italia. Praticamente il sito non esiste, o meglio, non ancora; o non più. Dipende da che punto si guarda la faccenda. Sulla home page⁶⁴ non appare altro che una schermata che invita i lettori a versare una donazione per il mantenimento dei costi del server di un progetto Indymedia nazionale. La campagna, lanciata nel dicembre del 2012, ha raccolto solo in parte i suoi frutti, visto che la quota dei tremila euro necessari non è stata ancora raggiunta.

Ma andiamo per ordine. Indymedia nel nostro paese esiste, come detto, ormai da tempo, praticamente dai giorni che seguirono il movimento di Seattle. L'attività, al di là dei problemi legati all'intervento dell'FBI nel 2004 è sempre andata avanti. Nel novembre 2006, però, i siti (sia i nodi locali che il network nazionale) sono stati chiusi per una sorta di "pausa di riflessione", dettata da una serie di fattori che non ne permettevano un funzionamento corretto. Principalmente il server che ospitava gli IMC nostrani non si dichiarò più disponibile. Poi, lo staff aveva dei seri problemi a controllare il flusso di post che arrivavano sulla piattaforma, inclusi troll e virus; e molti utenti si sentirono

⁶³ *Freedom of press under attack?*, BBC News, 30/6/2005.

⁶⁴ Italy.indymedia.org.

isolati rispetto alla politica di gestione del sito. Allora, si diceva, chiusura del sito e inizio di un processo di ristrutturazione che, nel luglio del 2008, avrebbe portato alla nascita di Indymedia Italia Beta. Il sito tra l'altro, fino al 2011, ha funzionato solo da piattaforma di aggregazione dei vari nodi locali: Roma, Napoli, Piemonte, Lombardia, Toscana, Nord-Est, Emilia-Romagna, Calabria, Abruzzo, Liguria, al momento della ripartenza dopo la ristrutturazione. Poi, dal 2011, è diventato nuovamente possibile pubblicare direttamente sulla home page nazionale, lasciando sempre attivo il lavoro delle sezioni regionali.

Nel novembre del 2009 Indymedia finì al centro di un tentativo di ricatto ai danni di Alessandra Mussolini: ad alcune redazioni, tra cui quella de «Il Giornale», fu chiesto se volessero comprare un presunto video hard tra la Mussolini e il leader di Forza Nuova⁶⁵ Roberto Fiore, ripreso dalle telecamere a circuito chiuso della sede romana di FN. Proprio «Il Giornale» decideva di parlarne⁶⁶, anche per smentire la notizia, diffusa da Indymedia, secondo la quale il quotidiano milanese avrebbe visionato il video. Sull'IMC italiano si parlava di “sesso esplicito”⁶⁷ in queste riprese, che sarebbero state offerte, sempre secondo «Il Giornale», da un ex collaboratore di Fiore.

Ma, per i guai, quelli veri, bisognava attendere il 2012. Nel giugno dello scorso anno, infatti, Indymedia è finita al centro della vicenda, rinominata anche la “Wikileaks italiana”⁶⁸, che ha provocato la confisca e la chiusura di gran parte dei nodi locali. Nel 2008 Indymedia Toscana e Piemonte avevano pubblicato delle rivelazioni riguardanti una multinazionale con sede a Genova, della quale non viene rivelato il nome, delineando uno scenario da spy story⁶⁹ in cui sarebbero stati coinvolti noti personaggi dell'alta finanza italiana. Si sarebbe

⁶⁵ www.forzanuova.org.

⁶⁶ G. PENNACCHI, *Sesso e filmati, ricatto alla Mussolini. “C'è un video hard con il leader FN Fiore”*, IlGiornale.it, 27/11/2009

⁶⁷ Riportato in G. PENNACCHI, *ibidem*.

⁶⁸ F. SARZANA D'IPPOLITO, *La Wikileaks italiana: i provider italiani impugnano di fronte al tribunale di Milano il sequestro preventivo delle pagine del network internazionale Indymedia e richiedono l'intervento della Corte di Giustizia dell'Unione Europea sugli ordini di inibizione*, fulviosarzana.it, 22/6/2012.

⁶⁹ F. SARZANA D'IPPOLITO, *ibidem*.

trattato di quattro articoli ritenuti diffamatori nei confronti di suddetta multinazionale. La società aveva poi querelato sia l'autore (anonimo) del post, sia Indymedia, ottenendo, appunto, alla fine del maggio del 2012, l'ordine di sequestro preventivo dei server da parte del GIP di Milano Criscione. Il tutto a quattro anni di distanza dalla querela e a quattordici dai fatti denunciati. Il 13 giugno 2012 arrivava a tutti i provider Internet italiani un fax della Polizia tributaria milanese, in cui si chiedeva di oscurare le pagine di Indymedia. Questo perché non è possibile intervenire sull'articolo singolo, se non bloccando l'accesso e la consultazione al sito intero.

La situazione è in stallo. Al momento il solo nodo attivo è quello piemontese⁷⁰. Quello toscano, come detto, ha dovuto subire il sequestro preventivo dei suoi server. Gli altri, poco attivi nella fase che ha seguito la ristrutturazione post 2008, sono in una fase di standby⁷¹ o di inattività completa⁷². Dalla lista delle sezioni locali che è possibile trovare sulla home globale di Indymedia, gli URL italiani, eccezion fatta, appunto, per l'IMC Piemonte, risultano irraggiungibili o portano alla home page nazionale, nella quale è presente la schermata delle donazioni di cui sopra. Nel giugno 2012 avevano cominciato a girare alcuni link alternativi, che servivano a raggiungere i nodi del nostro paese evitando la dicitura "indymedia.org"; ma, per il momento, non se ne trova più traccia.

Indymedia ha così lanciato, nel giugno dello scorso anno, la campagna "Diffamati": *«Sei una multinazionale che si è sentita offesa nella propria sensibilità, dignità o interessi da un articolo che mette a nudo loschi affari? Oppure, più semplicemente, c'è un sito/blog che proprio non sopporti? Inserisci*

⁷⁰ <http://piemonte.indymedia.org/>

⁷¹ La home page del nodo calabrese (<https://we.riseup.net/calabria-indymedia>), ad esempio, è vuota. Esiste il dominio ed esistono quattro membri; ma non esiste, praticamente, un'attività della quale si possa avere un riscontro.

⁷² All'indirizzo <http://www.autistici.org/cpunkpunk/liguria/> si apre quello che sarebbe in teoria in nodo ligure. Si tratta, in realtà, di una pagina bianca con i soli campi "Chi siamo", "Policy" e "Criteri d'adesione" che possono essere consultati dall'utente.

qui sotto l'URL del sito che vuoi oscurare»⁷³. In basso c'è il tasto “censura” che va premuto dopo aver inserito, appunto, l'indirizzo del sito web tanto odiato. Una sorta di ripicca in toni sarcastici.

Giornalisti o attivisti?

Giornalismo o attivismo? Dipende dai punti di vista, come sempre. Avere un'opinione partigiana «*non preclude ai reporter di Indymedia di distribuire notizie veritiere, accurate e oneste*»⁷⁴; ma non dobbiamo neanche dimenticarci come nasceva l'Independent Media Center. Al di là di un progressivo allargamento delle tematiche affrontate, nel corso degli anni l'originale natura antisistema e la vocazione antagonista sono rimaste immutate. Allo stesso tempo, però, Indymedia condanna qualsiasi tipo di azione violenta, e predilige invece la protesta pacifica. Certo, gestire un network di comunicazione indipendente non fa dei membri di Indymedia delle grandi firme, ma probabilmente non è questo il loro scopo. Quindi, giornalismo o attivismo? Il quesito resta probabilmente aperto, non solo per questo caso particolare ma un po' per tutto il citizen journalism nel complesso. L'approccio degli IMC è molto vicino a quei gruppi che usano la disobbedienza non violenta per manifestare il proprio dissenso, senza però mai sfociare nell'anarchia pura o nel terrorismo. Anche se, per garantire un racconto fedele dei fatti, come succede ed è successo in occasione dei summit del G8 o in Argentina, la protesta violenta viene documentata. Una cosa è certa, Indymedia «*non intende nuocere nessuno (...) ma al contrario aprirsi ad un'amichevole discussione pubblica*»⁷⁵. A ognuno le proprie conclusioni, quindi. A ogni membro la decisione su cosa essere, o da cosa farsi ispirare.

⁷³ www.inventati.org/diffamati/

⁷⁴ *Are you “activists” or “journalists”?*, in “Indymedia's FAQ”, Indymedia.org/en, trad. propria.

⁷⁵ *Ibidem*.

CAPITOLO III

CURRENT, IL PRIMO (E IL SOLO) CANALE USER-GENERATED

È possibile un'altra televisione? O meglio, è possibile fare televisione utilizzando modelli e ideali, e forse anche i mezzi, del giornalismo partecipativo? La risposta è sì. Current TV⁷⁶ è certamente il più grande esempio di network di informazione alternativa degli ultimi anni, se non di sempre.

Una piattaforma crossmediale di *freecording* (“registrazione in libertà”), attiva 24 ore su 24, fondata sui contenuti user-generated. Una combinazione tra MTV e i canali di informazione stile CNN o Sky Tg24, capace di fondere al meglio Internet e televisione. La programmazione era basata in buona parte sui pod, brevi servizi o filmati di durata compresa tra i 30 secondi e gli 8 minuti, o su altri contenuti VC2 (*viewer created content*) ideati, girati e montati dal pubblico stesso. I pod venivano caricati sul sito e poi scelti dagli utenti dello stesso e, a seconda della qualità del materiale, Current pagava anche l'autore di ciò che veniva mandato in onda. Chi inviava i pod doveva assicurarsi di non infrangere né la proprietà intellettuale del materiale né i diritti d'autore delle colonne sonore utilizzati. I mini servizi generati dal pubblico venivano poi infilati all'interno di blocchi da trenta minuti l'uno, organizzati in fasce di programmazione tematiche intuitive e di facile fruizione.

La storia di Current TV comincia ben prima della messa in onda del canale. In seguito alle elezioni presidenziali del 2000, Al Gore e Joel Hyatt avevano in mente di entrare nel mercato delle emittenti televisive via cavo con un canale convenzionale di notizie. Ma ben presto i piani cambiarono, perché l'ex vice premier e il suo socio restarono delusi dall'ambiente della televisione privata americana. Così, l'idea iniziale evolse nel progetto di far nascere un canale il cui punto centrale fosse la partecipazione attiva del pubblico, l'interattività. Nel

⁷⁶ CurrentTv.com.

2004, INdTV Holdings, la società di Gore e Hyatt acquisì il l'emittente via cavo canadese News World International per utilizzarne le frequenze di trasmissione. La neonata INdTV sarebbe stata priva di correlati politici e si sarebbe diretta a un pubblico di età compresa tra i 18 e i 34 anni, come guida per chi avesse voluto capire e conoscere il mondo raccontato da una voce nella quale si sarebbe potuto riconoscere: la voce dei protagonisti, con contenuti alternativi a quelli dei media tradizionali, che ruotassero attorno ai concetti di indipendenza, libertà e democrazia. L'anno dopo il nome cambiava in quello che tutti conoscono, Current TV. Il primo agosto il nuovo network veniva lanciato negli Stati Uniti.

Nel 2006 Current lanciava una partnership, destinata però a durare solo poco più di due mesi, con il portale Yahoo!, per la realizzazione di alcuni canali tv tematici su Internet. Yahoo! Current Network, quindi, consisteva in una serie di programmi divisi per categorie, tra le quali "Traveler", "Action" (riguardante gli sport estremi) e "Driver" furono quelle maggiormente seguite, che andavano in onda su Yahoo! e che riscosero un discreto successo. Ma la collaborazione finì, come detto, alla fine del 2006. Nel 2007 Current TV uscì dai confini degli Stati Uniti: il 12 marzo, Sky e Virgin Media iniziarono a trasmettere il canale di Al Gore e Joel Hyatt, in base a un accordo concluso qualche mese prima tra questi e la British Sky Broadcasting per la diffusione di Current nel Regno Unito e in Irlanda. Ma il 2007 fu anche l'anno del primo vero riconoscimento, l'Emmy Award per il Miglior Servizio TV Interattivo.

Nel 2008, a seguito dell'accordo con Sky Italia, Current TV sbarcava anche nella piattaforma satellitare del nostro paese. Inoltre, in occasione delle elezioni presidenziali americane, organizzò una copertura totale di tutti gli eventi, dalle primarie fino ai dibattiti, insieme a Twitter, per permettere al pubblico di commentare sul social network, e mandando in sovrimpressioni durante la diretta tv i *tweet* che arrivavano. Nel 2009 fu il momento di aprire i battenti anche in Canada, con la clausola, inserita dalla Commissione Radiotelevisiva e delle Telecomunicazioni, che il 35% dei contenuti mandati in onda fossero prodotti

proprio in Canada. Ma nel luglio dello stesso anno fu necessario qualche cambiamento ai vertici a causa di un fallimentare aumento del prezzo delle azioni promosso in gennaio, che portò anche al licenziamento di circa il 25% dello staff di Current USA. Hyatt lasciò la poltrona di CEO a favore dell'ex direttore operativo di MTV Mark Rosenthal, che mise in atto una piccola riforma nel palinsesto dei programmi di Current. Al posto del solito susseguirsi di pod di breve durata, ritenuti causa di discontinuità nella programmazione, si passò a format più tradizionali, come serie televisive e film, o comunque programmi di altro genere che non venivano autoprodotti o inviati dagli spettatori.

Nel corso dei tre anni successivi, fino al 20 agosto del 2013, Current TV continuava ad implementare la propria offerta giornalistica sulla falsa riga del nuovo formato proposto da Rosenthal. Nel 2010 Current arrivò anche in Sud Africa, all'interno del pacchetto della piattaforma Top Tv. L'anno dopo cambiò il logo, ma chiuse i battenti della propria edizione italiana; nel 2012 anche Current UK e Irlanda interrompeva le trasmissioni. Fino ad arrivare al 20 agosto 2013 si diceva. Già, perché nel gennaio scorso Al Jazeera Media Network annunciava l'acquisto di Current (500 milioni di dollari secondo indiscrezioni riportate da Forbes e dal New York Times); ma ne annunciava anche la chiusura, per lanciare negli Stati Uniti il canale di notizie Al Jazeera America⁷⁷. Ultima trasmissione mandata in onda da Current, il 20 agosto appunto, è stata *Jumper*, la stessa con cui si apriva la programmazione nel 2005. Subito dopo partiva la versione yankee di Al Jazeera, con uno speciale di un'ora intitolato *This is Al Jazeera*, che segnava la fine del primo e, per ora, unico network indipendente di informazione a larga diffusione.

⁷⁷ America.aljazeera.com.

***Vanguard*, il giornalismo di strada come non lo avevamo mai visto prima**

La serie che più di tutte ha incarnato la mission di Current e il nuovo modo di fare giornalismo proposto da Al Gore e socio è, senza dubbio, *Vanguard*. La squadra della trasmissione era composta da giovani giornalisti di diverse nazionalità che hanno stravolto il mondo dell'inchiesta, raccontando in modo approfondito e diretto i temi più importanti del nostro tempo dopo averli vissuti in prima persona. Partendo dal quartier generale di Los Angeles, base operativa di *Vanguard*, i reporter hanno girato il mondo praticando una forma di street journalism ad alto rischio, fatto soprattutto di impegno sul campo in prima persona, raccontando esperienze mai vissute e mai divulgate dagli altri media. Sono saliti sui treni della morte con i clandestini del Centro America, hanno provato sulla loro pelle il water boarding, la tecnica di tortura che simula il soffocamento da acqua, hanno vissuto con i guerriglieri del Niger e sono aliti a bordo delle navi dei moderni pirati indonesiani.

Tra le inchieste del giornalismo d'avanguardia di Current TV da ricordare c'è sicuramente *From Russia with Hate*, realizzato nel 2007 dal Christof Putzel. Il pluripremiato documentario (nel 2008 ha vinto il Livingston Award per la categoria International Reporting, il Webby Award per la categoria Drama: Individual Episode, il Webby People's Choice Award, e il National Headliner Award per la categoria Investigative Reporting) è un'indagine sulla nascita e l'espansione di una serie di movimenti di skinhead neonazisti in Russia, i quali fomentano l'odio verso gli immigrati e la violenza di carattere etnico. Lo stesso Putzel, insieme all'ex ufficiale di marina prestato al giornalismo di Current Kaj Larsen, sono stati i primi reporter di una tv americana a recarsi in Somalia, a Mogadiscio, nel periodo in cui la città era devastata dalla guerra e controllata da estremisti islamici (*Mogadishu Madness*, 2006). Altra inchiesta degna di nota di *Vanguard* è stata *Toxic villages*, racconto del viaggio di Laura Ling dietro al flusso di rifiuti tossici elettronici fino alle discariche in Cina.

Current Italia, il coraggio di dire la verità di fronte al potere

Current TV arrivò in Italia, come detto, nel maggio del 2008 sul canale 130 della piattaforma Sky. Il nostro paese fu il primo non anglofono ad avere la propria versione locale. Direttore generale era Tommaso Tessarolo, già consulente di Mediaset per il passaggio al digitale terrestre e ideatore e fondatore di N3TV, la prima televisione generalista in Italia interamente in rete. Redazione e studi televisivi erano situati a Roma, con sede distaccata a Milano per gli uffici commerciali.

La programmazione italiana era partita con una programmazione *shuffle*, come una playlist tematica in cui i pod venivano mandati in onda in ordine pressoché casuale. Poi, dal settembre dello stesso anno, fu lanciata la nuova stagione autunnale, con nuovi appuntamenti fissi settimanali (tra i quali, ovviamente, le inchieste di *Vanguard*) e con sei ore di diretta al giorno. Nello stesso periodo viene allargata all'Italia un'iniziativa lanciata negli Stati Uniti da Current e da Warner Bros.: il VCAM, "viewer created advertising message", letteralmente la pubblicità realizzata direttamente dai telespettatori. In occasione dell'85esimo anniversario della casa hollywoodiana, il pubblico era invitato a realizzare un remake di sessanta secondi di uno dei sessanta titoli riediti dalla Warner per celebrare la ricorrenza della propria fondazione. I due spot più votati dalla community online e scelti dalla casa madre sarebbero stati trasmessi da Current e avrebbero ricevuto un compenso di 1750 euro ciascuno. Il successo dell'iniziativa portò un altro partner del canale di Al Gore, questa volta la Canon, a ripetere l'esperimento.

Il periodo natalizio del 2008 segnò il debutto in Italia di alcuni programmi televisivi che causarono un certo scandalo a causa delle tematiche non convenzionali. La sera della vigilia di Natale Current mandò in onda la puntata pilota de *Il Quarto Sesso*, fiction realizzata dal regista Marco Costa, che tutt'ora

non è riuscita a trovare un canale di distribuzione nella televisione tradizionale. Claudio Santamaria, protagonista d'eccezione, interpreta un Gesù Cristo disoccupato e sull'orlo della depressione al quale un rivale pagano (Luca Argentero) cerca di rubare il ruolo di guida spirituale. Nei piani del regista c'era anche quello di far comparire, negli episodi successivi, il controverso musicista Morgan nei panni di Marx.

Il giorno dopo Current trasmetteva *Torno subito*, film quasi interamente autoprodotta dal regista e sceneggiatore Simone Damiani, che rappresenta il primo caso in Italia di lungometraggio scaricabile gratuitamente da Internet nella versione in HD. Poi era il turno di *The Beirut Apartment*, film-documentario sul tema delicato dell'omosessualità in Libano; e di *Arrakis*, testimonianza di un ex operaio della Breda di Sesto San Giovanni che racconta dell'intervento per estirpare il tumore causato dall'esposizione all'amianto durante il suo lavoro in fabbrica. L'esperimento ha successo, e allora viene lanciato un ciclo chiamato "Current DOC", nel quale si inquadra il discusso *Citizen Berlusconi (il presidente e la stampa)* (2003). Diretto da Andrea Cairola e Susan Gray, il documentario era andato in onda, prima del 2009, solo su emittenti straniere, e, in Italia non è tutt'ora mai stato trasmesso da altri canali oltre a Current.

«Current è votata all'indipendenza e al racconto fattuale. Continueremo a lavorare con il nostro pubblico e con la community creativa italiana nel proporre e produrre le più importanti storie del giorno. (...) Current racconta le storie che altri non raccontano. Ecco perché siamo orgogliosi di diffondere un importante programma d'informazione come Annozero, specie nel momento in cui altri canali non lo fanno»⁷⁸, aveva detto Al Gore nel marzo del 2010. Infatti, il 25 marzo Current TV trasmise *Raipermanotte*, il programma ideato e condotto da Michele Santoro per aggirare la decisione della Rai di sospendere *Annozero*, *Porta a Porta* e *Ballarò* durante le elezioni regionali del 2010. *Raipermanotte* è risultato essere il programma più visto di sempre sull'emittente, con il 2,5% di

⁷⁸ Riportato in Al Gore: "orgogliosi di ospitare Michele Santoro su Current TV", Corriere.it, 21/3/2010 (fonte ANSA).

share in prima serata. In settembre cominciava *Passaparola*, la rubrica curata da Marco Travaglio, concepita all'inizio come podcast settimanale su YouTube. L'anno successivo su Current sbarcavano anche Luca Telese e Giuseppe Cruciani, con due nuovi programmi, rispettivamente *Fuoriluogo* e *Tritacarne*.

Il 31 luglio del 2011 le trasmissioni della versione nostrana di Current TV cessavano. La decisione era stata comunicata da Sky Italia il 19 maggio precedente, ufficialmente a causa del mancato accordo sul rinnovo del contratto che, proprio a fine luglio, arrivava alla sua scadenza. Secondo Sky, Hyatt, il socio di Gore, avrebbe rifiutato una proposta di dieci milioni di dollari; troppo. Inoltre, secondo l'amministratore delegato di Sky Italia Tom Mockridge, i dati degli ascolti di Current erano ben al di sotto delle aspettative e in calo rispetto agli anni precedenti.

Ma, lo stesso giorno in cui Sky Italia pubblicava questa nota, Al Gore rilasciava un'intervista a Beppe Severgnini per Corriere.TV, in cui la versione dei fatti appariva completamente diversa. «*Un abbonato su tre di Sky Italia guarda il nostro canale al meno una volta alla settimana*», raccontava l'ex presidente degli Stati Uniti, «*quindi è stata una decisione insolita, assolutamente improvvisa. Abbiamo appena scoperto dai nostri amici di Sky Italia, sulla base di sondaggi, di inchieste condotte, che la decisione è stata presa dalla sede centrale. (...) C'è stata un'evoluzione*», continuava Gore, «*nel rapporto tra NewsCorp e l'impero di Berlusconi, perché NewsCorp sta cercando di entrare nel digitale terrestre, che si rivela un investimento molto proficuo; però ha bisogno del permesso di Berlusconi*»⁷⁹. Quindi, mentre agli esordi nel nostro paese la voce indipendente e di rottura di Current TV era sopportata, se non addirittura vista di buon grado da alcuni, ora «*non si sentono [Murdoch e la NewsCorp] a loro agio nell'essere in conflitto con Berlusconi*»⁸⁰. Per Gore si trattava di una decisione presa con rabbia, una reazione di Murdoch al passaggio

⁷⁹ Al Gore: "ci vogliono mettere a tacere", intervista di Beppe Severgnini ad Al Gore, Corriere TV, 19/5/2011.

⁸⁰ Ibidem.

del popolarissimo conduttore americano Keith Olberman da Fox News a Current, dove sarebbe partito un programma del quale si sapevano già alcune anticipazioni: forte critica non soltanto a Bush e al candidato repubblicano McCain, molto vicino a NewsCorp, ma anche al tono dogmatico e manipolatorio dell'informazione messa in onda proprio da Fox News. Quindi, *«il cambiamento non è stato attuato dal governo Berlusconi, Sky Italia avrebbe voluto continuare il rapporto con Current TV. Infatti eravamo nel bel mezzo degli accordi per stipulare un rinnovo del contratto»*⁸¹. Poi lo stop improvviso delle trattative, secondo una parte perché non si riusciva ad arrivare ad un accordo, secondo l'altra per via di un ordine arrivato dal quartier generale di Murdoch a New York. Gore chiudeva la vicenda lanciando un appello ai suoi telespettatori italiani, cioè quello di inondare Sky di lettere di lamentela per la chiusura di Current. *«C'è un principio in democrazia che non va mai perso di vista»*, continuava il CEO del network americano: *«è pericoloso permettere che il potere sia nelle mani di una persona o di una piccola cerchia di persone. (...) Ho promesso agli italiani che noi non ci saremmo mai fatti mettere sotto pressione»*⁸², e così infatti è stato. Tommaso Tassarolo ha definito Current *«il solo canale televisivo che ha il coraggio di dire la verità di fronte al potere (...), abbiamo usato la nostra piattaforma tv e web per informare, arricchire e dare ispirazione al nostro pubblico»*⁸³.

⁸¹ Ibidem.

⁸² Ibidem.

⁸³ Riportato in N. LUCA e A. SALA, *Current TV: "Sky ci cancella, Murdoch vuole ingraziarsi Berlusconi"*, Corriere.it, 19/5/2011.

CAPITOLO IV

CONCLUSIONI

Un tentativo di tirare le somme

Fin qui sembra tutto perfetto. Il fatto che vengano garantite partecipazione, libertà e democrazia non lascia spazio a molti dubbi. Purtroppo, però, di dubbi, sul giornalismo partecipativo e su ciò che lo circonda, ce ne sono eccome. Qualità, innanzi tutto. Obbiettività. Concorrenza “sleale”. Difficoltà a presentare un modello che, economicamente, sia in grado di reggere il confronto con le grandi major dell’informazione. Tutto può essere riassunto in un concetto solo: i limiti dell’attività amatoriale.

Cominciamo con la qualità. Nonostante siano in grado di espandersi rapidamente, specie a livello locale, i siti di giornalismo partecipativo alle volte peccano di scarsa qualità. È chiaro che, in certe situazioni, il materiale messo a disposizione degli utenti deve essere di qualità bassa. Ma non per qualche astratta ragione, bensì perché lo richiedono le situazioni stesse. Riprese amatoriali di eventi atmosferici, di calamità naturali o di avvenimenti drammatici, con l’urgenza di mandare la notizia in rete e le condizioni scomode e precarie che ne derivano, fanno sì che si prediliga la velocità alla qualità. Riprendere gli effetti di un terremoto o una sparatoria di guerriglia non è cosa facile per un cameraman professionista, figuriamoci per chi, con un telefonino o una videocamera con la quale generalmente riprende i figli che vanno in bicicletta, si trova in quella situazione per sbaglio. Se non ci fosse la disponibilità da parte di coloro che si prestano a questi rischi, però, avremmo molte meno testimonianze di eventi poco accessibili alla stampa, come nel caso della primavera araba. Nei paesi dove la censura o l’intervento del governo non permettevano e non permettono la presenza massiccia di troupe televisive, la testimonianza video degli scontri e

delle manifestazioni, riportate anche dai maggiori siti web e telegiornali, è affidata a riprese amatoriali diffuse sui social network.

Quindi, benedetti smartphone! Se non esistesse questo tipo di testimonianza è chiaro che l'informazione verrebbe penalizzata. Fondamentale quindi, alla luce di ciò, in situazioni di urgenza informativa, la presenza o l'opera di cameraman o reporter, anche improvvisati. Ma fino a che punto dobbiamo perdere in qualità per guadagnare un *newsgathering* sempre più rapido? Che fine fa il ruolo del giornalista se chiunque può improvvisarsi reporter? La velocità alla quale le notizie vengono pubblicate, ma soprattutto a cui vengono richieste dal pubblico e dalle altre testate, rende fondamentale il fattore della tempistica. Se non pubblici quasi in tempo reale, lo farà qualcun altro. Magari anche un blogger. Per questo, come nel caso della primavera araba o dei presidi no global dai quale nacque Indymedia, il sistema della comunicazione premia la velocità e l'efficacia, a prescindere dal dispositivo dal quale vengano le foto o i video. O dalla qualità della stesura del testo. Sta, quindi, al giornalista, rispondere alla sfida. Che i tempi siano cambiati e che la stampa tradizionale sia in crisi è ormai un dato da accettare. A maggior ragione, se il blogger che si "infilà" tra i siti o i giornali affermati e il loro pubblico storico, mira alla celebrità o a porsi come un punto alternativo e consolidato di informazione, allora la concorrenza è agguerritissima. Ritorniamo al concetto di sfida: l'esigenza del pubblico è ciò a cui si deve ispirare il mestiere del giornalista e a cui deve adattarsi il mondo dell'editoria. Quello che sta succedendo con il web 2.0 è che queste esigenze possono essere soddisfatte in modi alternativi a quello tradizionale. Senza però, mai, abbandonare la vera essenza del giornalismo: narratore e *gatekeeper* della società. Compiti, questi, che difficilmente potranno essere soppressi o dimenticati, in nome di un'informazione di scarsa qualità, ma che arrivi alla velocità della luce.

Poi c'è la questione dell'obiettività. Per quanto riguarda argomenti, portati avanti al livello di più o meno grandi comunità, questi sono priorità del

giornalista partecipativo, alias attivista locale. Ed è proprio qui che sorge il secondo grande problema attorno al quale sviluppare la discussione. Se, chi scrive di eventi, iniziative e manifestazioni nell'ambito di un quartiere, è allo stesso tempo chi ha partecipato all'organizzazione di quelle attività, non è possibile garantire un racconto imparziale dei fatti. Certo, il discorso, per quelle piccole realtà che hanno solo bisogno di un po' di visibilità, regge solo in linea teorica. Non c'è niente da temere se il reporter di quartiere amplifica l'importanza dell'inaugurazione del parco del vicinato. Ma se allarghiamo leggermente la portata delle news che partono dalla comunità dirette a tutto il mondo, la questione va presa con le pinze. Prendiamo il caso, a titolo esemplificativo, di Indymedia, magari dopo aver subito il sequestro di un qualche server o un'azione da parte delle forze di polizia in occasione di una manifestazione no global. Ci vorrebbe molto poco, in seguito, a pubblicare articoli che strumentalizzino la situazione, o semplicemente che tirino in ballo la grande audacia o il grande lavoro fatto dagli attivisti, di fronte all'abuso di potere degli uomini in divisa⁸⁴, anche solo per ripicca. Oltrepassando questo caso limite, va comunque tenuto presente che il giornalismo partecipativo rischia, alle volte, di allontanarsi da uno degli obbiettivi principi del giornalismo tradizionale, e cioè quello dell'obiettività o imparzialità che dir si voglia.

In tempi non sospetti Phillip Meyer, professore emerito presso la Scuola di Giornalismo dell'Università della North Carolina ed editorialista di «USA Today», lanciava il monito riguardo proprio al pericolo che il giornalismo partecipativo potesse cadere nella trappola della soggettività. Parliamo di tempi non sospetti perché era il 1995, un'altra epoca in termini sia di costumi sociali, sia, soprattutto, di evoluzione mediatica e tecnologica. Ebbene, nel 1995, Meyer ricordava come il ruolo, tradizionale, del giornalismo fosse da sempre quello del *«cane da guardia della libera società. Il loro proposito [degli obbiettivi del giornalismo partecipativo] è di concentrare gli sforzi dei cani da guardia in un*

⁸⁴ Il caso è puramente esemplificativo, e non si rifà in alcun modo a eventi realmente accaduti, se non a un prodotto dell'immaginazione di chi scrive volto a spiegare uno scenario ipotetico.

*periodo di sovraccarico di informazione. (...) Polarizzare il riflettore dell'attenzione pubblica su un problema qualunque, lungo abbastanza da provocare un discorso che porti a una soluzione, questo è l'obbiettivo del public journalism»⁸⁵. Ma, questo ruolo tradizionale, fatto proprio anche dal giornalismo partecipativo, non può prescindere dall'obbiettività. Obbiettività intesa come «stare abbastanza lontano dalla comunità in modo tale da vedere tutti gli eventi e tutti i punti di vista, ugualmente distanti e importanti (...) Il risultato è una formulazione dei fatti in modo sterile e senza impegno, per poi tirarsi indietro per “lasciar decidere al lettore” quale visione sia quella giusta. Questa, nei fatti, è obbiettività di risultato, se la si intende non come il modo in cui interpretiamo e distribuiamo le notizie, ma come modo in cui le mettiamo per iscritto»⁸⁶. Una sorta di metodo scientifico applicato al giornalismo, per renderlo un'attività impersonale e priva di impegno, piuttosto che da *watchdog*. Un'attività priva di partecipazione. E allora è proprio il giornalismo partecipativo, o il *public journalism* come dice Meyer, che deve dare quel valore aggiunto al lavoro di giornalisti e reporter, mostrando il lato “civico” delle cose, quello non parziale. È probabile allora che questa sia una caratteristica insita nel citizen journalism, una peculiarità che lo contraddistingue. Questo essere fazioso e partigiano, e non ricercare il politically correct a tutti i costi, fa di questo fenomeno il più diffuso esempio di partecipazione attiva ed entusiasta del nostro tempo. Con i suoi limiti, ovviamente, ma anche con i suoi punti di forza. «In verità c'è più di un solo modo di conoscere. E la conoscenza obbiettivamente verificabile prodotta dai giornalisti investigativi non potrà mai essere di grande utilità, a meno che il pubblico non vi partecipi e non arrivi (...) al tipo di consapevolezza interiore che Habermas chiama “emancipatrice”»⁸⁷.*

⁸⁵ P. MEYER, *Public journalism and the problem of objectivity*, trascrizione del discorso alla Investigate Reporters and Editors Conference a Cleveland, 1995, pubblicato sul proprio sito web.

⁸⁶ P. MEYER, *ibidem*.

⁸⁷ P. MEYER, *ibidem*.

Un'esperienza fallimentare?

Verrebbe da dire di no, alla luce del discreto successo di alcune importanti piattaforme di giornalismo partecipativo. Un caso limite, ad esempio, tra l'attivismo e il blogging, è quello dell'«Huffington Post»⁸⁸, nato negli Stati Uniti come agglomerato di blog e che oggi, anche nel nostro paese, ha un grande seguito tra i giovani e tra coloro che ricercano un tipo di informazione diversa da quella tradizionale. Ma, di diceva, è un caso limite, nato principalmente dai weblog, e non da un qualche sentimento di emancipazione sociale trasformato in attività giornalistica.

Allora si potrebbero guardare altre due situazioni che più dell'«Huff Post» possono essere inquadrare nel “nostro” fenomeno. La prima è AgoraVox – il cittadino fa notizia⁸⁹. AgoraVox nasce in Francia nel 2005, su iniziativa del romano Carlo Revelli⁹⁰, che sentiva una discrepanza tra l'opinione pubblica e quella dei politici e dei media mainstream in merito al referendum sulla Costituzione Europea. Sul Web, infatti, circolavano voci fermamente contrarie alla Costituzione e che prevedevano una sconfitta del Sì, come nei fatti è accaduto. Oggi AgoraVox è, in Francia, il secondo medium più citato in rete dopo «Le Figaro», ma soprattutto conta un milione e mezzo di lettori e 40 mila giornalisti partecipativi che sottopongono i loro articoli ai moderatori del sito. I moderatori votano i pezzi che arrivano dai collaboratori partecipativi e poi li sottopongono alla redazione centrale. Il processo è assolutamente trasparente e del tutto bottom – up, perché chiunque abbia pubblicato almeno quattro articoli può diventare moderatore e partecipare, così, al processo di creazione di storie e notizie. Dal 2008 AgoraVox è una fondazione senza scopo di lucro.⁹¹ Dalla gente per la gente, nel pieno rispetto dei principi del citizen journalism.

⁸⁸ Huffingtonpost.com.

⁸⁹ Agoravox.it

⁹⁰ Revelli.com

⁹¹ La storia e i dati riguardanti AgoraVox sono tutti tratti della sezione “*Chi siamo?*” del sito.

Altro esempio partecipativo funzionante e di successo è quello di Youreporter.it - news from you, «la prima piattaforma italiana di videogiornalismo partecipativo»⁹², che vanta partnership, fra gli altri, con BBC, Reuters, Sky e i telegiornali Rai e Mediaset. Un network attraverso il quale contribuire alla creazione di notizie inviando materiale audio-video nel quale ci si possa imbattere nel corso delle proprie attività quotidiane. Lo YouTube dell'informazione. «Vogliamo dare un volto e una voce anche alle piccole, grandi, notizie che non diventano casi nazionali, magari solo per la lontananza o la distrazione delle truppe giornalistiche», recita la sezione “Come funziona” del sito. A dimostrazione, ancora una volta, della piena appartenenza ai concetti che delimitano e caratterizzano il giornalismo partecipativo. Portare alla ribalta casi locali, fornire un servizio alla comunità e ai cittadini. E funziona: i video vengono trasmessi da migliaia⁹³ di televisioni in Italia e nel mondo.

Dobbiamo, però, a questo punto, raccontare anche l'esperienza di Dan Gillmor, giornalista e pioniere dei nuovi media del quale si parlava nel primo capitolo. Nel 2005 Gillmor lasciava il suo posto al «San José Mercury News» per lanciarsi anima e corpo in un nuovo progetto, Bayosphere, che sarebbe dovuto essere la prima, e per il momento l'unica, piattaforma di giornalismo partecipativo a svolgere la sua attività civica con una logica imprenditoriale. Bayosphere voleva essere un'iniezione di benzina e di vitalità per il giornalismo civico locale, dando vita a una partecipazione degli amatori o degli attivisti, con la peculiarità di essere finanziata come una qualsiasi società per azioni. Il tutto ha chiuso i battenti dopo neanche un anno, dando forse la dimostrazione, che, per il momento, oltre il volontariato o l'attivismo, con i loro annessi e connessi (nel senso di limiti e di mancanza di una vera formazione giornalistica di tipo professionale), non ci si può spingere. Sono mancati anche coloro i quali avrebbero dovuto finanziare il progetto, non è stato un fallimento solo dei giornalisti partecipativi. Ma è, comunque, il miglior esempio possibile, per

⁹² *Come funziona?*, Youreporter.it.

⁹³ *Ibidem*.

spiegare lo stato di salute non solo dei volontari ma del “sistema giornalismo partecipativo” tutto. «*Conto il fallimento del business di Bayosphere come una grande esperienza personale*»⁹⁴, scrive Gillmor sul proprio sito. Nel senso che, forse, visto che dall’esperienza si impara, è il caso di imparare che, come detto, oltre una certa linea di confine non possiamo spingerci. Oggi, Bayosphere (il dominio continua a esistere) è diventato una sorta di archivio online del primissimo blog di Gillmor, «EJournal» (lanciato da SiliconValley.com), partito nel 1999.

Dove stiamo andando? Intervista a Miguel Mora

Miguel Mora Díaz, nato a Barcellona, classe 1964, è un giornalista de «El País». Lavora per il quotidiano spagnolo dal 1992. Critico d’arte e di cinema nella sezione Cultura durante dieci anni, è diventato poi firma di quella Esteri nei quattro successivi. Poi, è stato corrispondente da Lisbona e da Roma. Dal 2010 è a Parigi, sempre per «El País». È autore del libro *La voz de los flamencos* (ed. Siruela, 2008, Madrid). Proprio da Parigi ci ha fatto la cortesia di rispondere ad alcune domande su un ipotetico o su ipotetici scenari futuri per il giornalismo, incrociando la sua esperienza di giornalista internazionale con ciò che viene fuori da uno sguardo al fenomeno del giornalismo partecipativo.

Ma perché proprio Miguel Mora? Semplice. Nel suo periodo a Roma ha curato un blog sull’attualità italiana, usando un linguaggio ironico e informale, scrivendo in spagnolo ma infilando in mezzo al discorso termini in italiano e in romanesco. L’iniziativa, dal nome curioso, «Vaticalia»⁹⁵, ha avuto un grande seguito, anche da parte di lettori del nostro paese. Su Internet se ne trova ancora traccia, ma, ovviamente, l’ultimo post⁹⁶ è datato 31 agosto 2011. Diversi gli argomenti trattati, almeno tanti quanti quelli che dominavano la scena della

⁹⁴ *About Dan*, dangillmor.com.

⁹⁵ <http://blogs.elpais.com/vaticalia/>

⁹⁶ M. MORA DÍAZ, *Arrivederci Roma!*, «Vaticalia», 31/8/2011.

discussione pubblica italiana due anni fa (non troppo diversa da oggi). Da Berlusconi a Ratzinger, dalle veline all'Opus Dei, «Vaticalia» e Miguel Mora sono stati in grado di raccontare, al di là dei soliti stereotipi e pregiudizi, la realtà romana e italiana al lettore spagnolo. Quindi, chi meglio di un giornalista che ha messo la propria esperienza a disposizione del dibattito pubblico online per cercare di spiegare dove e come andremo a finire. O dove stiamo andando.

Cominciamo con l'esperienza del blog. Come nasce quest'esigenza, sempre che sia stata un'esigenza? È stato solo volersi aprire al pubblico o c'è stato qualcos'altro, come, ad esempio, la volontà di fornire un servizio migliore alla "comunità" dei lettori?

È stata un'iniziativa personale, anche se i capi, da sempre, spingono noi corrispondenti, ma anche gli altri redattori, a scrivere su un blog. L'idea era quella di commentare l'attualità italiana, e quella del Vaticano, in maniera più ironica, più libera rispetto a quello che la stesura della cronaca e delle notizie in generale ti permettono di fare. L'esperienza è stata stupenda, perché ho avuto un notevole seguito tra i lettori, e soprattutto tra i lettori italiani; e questo ha implicato uno scambio favoloso di opinioni, dibattiti e discussioni. Penso che i blog vadano fatti su elementi che si conoscono direttamente; per questo «Vaticalia» è nato quando ero in Italia già da tre anni.

Una pagina web che preveda la possibilità di lasciare dei commenti (come, in questo caso, un blog), ha, probabilmente, anche la finalità di far partire un piccolo dibattito tra gli utenti. È qualcosa che può veramente funzionare? Può avere una qualche utilità per migliorare la relazione tra il lettore e il giornalista, nel senso di provare a guarire quella mancanza di fiducia nei confronti della stampa che, al meno in Italia, risulta essere abbastanza tangibile?

Credo sia un esercizio estremamente sano. Credo anche che quanto più dialogo ci sia con i lettori, migliore sia il nostro lavoro, maggiore l'esigenza e più ricca l'esperienza della pratica giornalistica. Quando i blog lasciano il

segno, e cioè sono incisivi e non sono soltanto un esercizio funzionale, ma una visione allo stesso tempo particolare e plurale di una realtà, funzionano come motori di dibattito e partecipazione. Ed è proprio questo ciò di cui abbiamo bisogno in questo momento, nel quale i lettori identificano i giornalisti – soprattutto quelli dei mezzi di comunicazione più potenti, e non senza qualche ragione – con il potere politico.

Il giornalismo partecipativo è un fenomeno che in genere in Italia, e probabilmente in tutta Europa, si tende a considerare molto lontano dal giornalismo tradizionale, per vari aspetti, tra cui quello della qualità e quello di essere, in molti casi, un qualcosa più simile a un hobby o a un passatempo piuttosto che a una vera professione. La proliferazione di blog e di pagine in cui attivisti e cittadini qualunque scrivono di ciò che li circonda, è una minaccia per il giornalismo? Oppure può essere considerata come una sfida per la stampa tradizionale, per provare a mettersi al passo con i tempi?

Non credo che vada inteso come una minaccia reale. Il problema è che il bombardamento di notizie, opinioni e pseudonotizie forma un magma immenso che ci impedisce di fermarci a riflettere e gerarchizzare l'informazione. Come dice il maestro Giancarlo Santalmassi, troppe notizie equivalgono a nessuna notizia. Ma ciò che cittadini, attivisti e agitatori sociali apportano fa parte del paesaggio di Internet, della sua confusione, ma anche della sua capacità di chiarire le cose, particolarmente quando chi scrive è uno specialista. O semplicemente quando un cittadino si trova di fronte a una notizia e non c'è un giornalista nelle vicinanze per poterla raccontare o quando una qualche organizzazione accede a informazioni confidenziali o segrete, come è successo con Wikileaks e con la pubblicazione dei conti correnti nei paradisi fiscali.

Si sente spesso dire che la carta stampata stia morendo. Verso dove crede che, in termini reali, si stia muovendo il giornalismo? L'integrazione sempre maggiore con il web rappresenta un possibile futuro?

Internet è uno strumento per trasmettere informazione, non un fine. E, se la carta stampata sta morendo, lo sta facendo da suicida, di certo non assassinata da Internet. Se i giornali si fanno bene, si gerarchizzano e si ordinano le notizie, se ogni volta sono scritti meglio, se ogni giorno sono più pertinenti alla realtà, allora continueranno ad avere senso. Se invece abbandoniamo questi principi in nome dell'immediatezza, della rapidità e della confusione, e se ci dimentichiamo il giornalismo classico, quello profondo e di qualità, allora, sì, la carta stampata finirà per morire. Sarebbe una notizia triste, perché i quotidiani, oggi, continuano a essere dei punti di riferimento quando si tratta di esercitare pressione ai poteri forti, che è una delle funzioni base dei mezzi di comunicazione.

Sarebbe realistico immaginare, se non sognare, un modello di giornalismo nel quale si mischino il lavoro di professionisti e di amatori? O addirittura arrivare a un modello puramente open – source, nel quale ognuno sia libero di inserire i propri contributi per costruire, in modo collettivo, la notizia finale?

Sarebbe una sorta di “wikigiornalismo”. Non mi sembra una formula malvagia, sempre che si faccia con rigore e qualità. In fin dei conti, il paternalismo tipico del giornalismo è una garanzia di responsabilità della firma. Se riuscissimo a riportarlo nel modello open – source, contrastando e scrivendo bene, non vedo perché non debba funzionare. La chiave sarebbe fare informazione, senza firma, ma allo stesso livello di qualità, per esempio, di «The Economist».

BIBLIOGRAFIA

MONOGRAFIE

CAROTENUTO, G., *Giornalismo partecipativo. Storia critica dell'informazione al tempo di Internet*, Modena, Nuovi Mondi, 2009.

DI CORINTO, A., TOZZI, T., *Hactivism. La libertà nelle maglie della rete*, ManifestoLibri, 2002.

GILLMOR, D., *We the media: Grassroots media for the People, by the People*, O'Reilly, 2004.

RADSCH, C., *The revolution will be blogged: cyberactivism and the 4th estate in Egypt*, tesi di dottorato, American University, 2013.

ROMANELLI, E. (a cura di), *Tre punto zero*, Roma, Dino Audino editore, 2011.

RIFERIMENTI GIORNALISTICI

BOWNIAN, S., WILLIS, C., *We media: how audiences are shaping the future of news and information*, «Online Journalism Review», 21/9/2003

CAROTENUTO, G., *Perché giornalismo partecipativo?*, sul proprio sito web.

DEUTSCH KARLEKAR, K., RADSH, C., *Adapting concepts of media freedom to a changing media environment: incorporating new media and citizen journalism into the freedom of press index*, «ESSACHES Journal for Communication Studies», vol. V, n. 1, 2012.

GALLI, D., *Cos'è il giornalismo partecipativo?*, in «Problemi dell'informazione», a. XXX, n. 3.

GIULI, M., *Mussolini, Fiore e lo spione. Una storiaccia nera*, dazebao.org, 27/11/2009.

GLASER, M., *Your guide to citizen journalism*, «Public Broadcasting Service», 27/9/2006.

JARVIS, J., *Networked journalism*, BuzzMachine.com, 5/7/2006.

LASICA, J.D., *What is participatory journalism?*, «Online Journalism Review», 7/8/2003.

LETTICE, J., *Indymedia seizures: a trawl for Genoa G8 trial cover up?*, TheRegister.co.uk, 14/10/2004.

LETTICE, J., *Indymedia: the tale of the server "nobody" seized*, TheRegister.co.uk, 21/10/2004.

LETTICE, J., *US courts files reveal Italian link to Indymedia server grab*, TheRegister.co.uk, 3/8/2005.

LUCA, N., SALA, A., *Current TV: "Sky ci cancella, Murdoch vuole ingraziarsi Berlusconi"*, Corriere.it, 19/5/2011.

MERRIT, D., *News media must regain vigor, courage*, PJNetToday, 29/9/2004.

MEYER, P., *Public journalism and the problem of objectivity*, trascrizione del discorso alla Investigative Reporters and Editors Conference, Cleveland, 1995, sul proprio sito web.

OUTING, S., *The 11 Lawyers of citizen journalism*, Poynter Online, 31/5/2005.

PENNACCHI, G., *Sesso e filmati, ricatto alla Mussolini. "C'è un video hard con il leader FN Fiore"*, IlGiornale.it, 27/11/2009.

ROSEN, J., *A most useful definition of citizen journalism*, PressThink.org, 14/7/2008.

ROSEN, J., *Top ten ideas of '04: news turns from a lecture to a conversation*, PressThink.org, 29/12/2004.

SARZANA D'IPPOLITO, F., *La Wikileaks italiana: i provider italiani impugnano di fronte al tribunale di Milano il sequestro preventivo delle pagine del network internazionale Indymedia e richiedono l'intervento della Corte di Giustizia dell'Unione Europea sugli ordini di inibizione*, sul proprio sito web, 22/6/2012.

SEVERGNINI, B., *Al Gore: "ci vogliono mettere a tacere"*, intervista ad Al Gore, Corriere Tv, 19/5/2011.

TESSAROLO, T., *Current TV: la verità sui dati d'ascolto*", ilfattoquotidiano.it, 21/5/2011 (dati Sky).

UBOLDI, F., *Il blog in redazione*, in «Problemi dell'informazione», a. XXIX, n. 2.

VALLAURI, U., *Blog, blog, blog*, in «Problemi dell'informazione», a. XXVIII, n. 1.

WITSCHGE, T., *Street journalists versus "ailing journalists"*, openDemocracy – free thinking of the world, 27/3/2009.

ZAMBARDINO, V., *Bayosphere alza bandiera bianca. E il suo fondatore spiega perché*, Repubblica.it, 29/1/2006.

s.a., ANSA.it, *Riapre il sito Indymedia Italia*, 4/7/2008.

s.a., BBC News, *Freedom of press under attack?*, 30/6/2005.

s.a., Corriere.it, *Al Gore: "orgogliosi di ospitare Michele Santoro su Current TV"*, 21/3/2010.

s.a., Eff.org, *Indymedia server takedown*, comunicato stampa, 2/8/2005.

s.a., Eff.org, *Secret documents about Indymedia server disappearance unsealed*, 2/8/2005.

s.a., Indymedia.org.en, «Indymedia's FAQ (Frequently Asked Questions)»

s.a., Indymedia.org.en, *FBI seizes IMC servers in the UK*, 7/10/2004.

s.a., Indymedia.org.en, *Indymedia to US, UK, Swiss and Italian authorities, "hands off our websites"*, 11/10/2004.

s.a., Indymedia.org.uk, *Zionazi professor boasts: "most European capitals are targets of our air force"*, 2/2/2003.

s.a., Indymedia.org.uk, *Bristol Indymedia server threatened*, comunicato stampa, 24/6/2005.

s.a., OhMyNews International, *The death of japanese citizen journalism*, 21/6/2010.

s.a., PressThink.org, *The people formerly known as the audience*, 27/6/2006.

s.a., TheGuardian.com, *Rupert Murdoch's to the American Society of Newspapers Editors*, Washington DC, 13/4/2005.

RIFERIMENTI GIURIDICI

Procura della Repubblica presso il Tribunale di Bologna, 11/5/2004, Proc. Pen. n. 9608/03 e n. 3704/03, R.G. mod. 44.