

*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»*. Al di là di questa sorta di dipendenza dell'autore dalla sua 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 professione. 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»*.

Due sono le principali caratteristiche del blog, 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 naturale definire giornalistici – ma non per questo può essere trascurata»*. 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*». 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 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.

## ABSTRACT

The main idea behind citizen journalism is the concept of user – generated content: a kind of journalism where the audience actively participates in newsgathering and in reporting and analyzing news and information. According to Jay Rosen, media criticizer and Journalism professor at the New York University, citizen journalism is «*when the people formerly known as the audience employ the press tools they have in their possession to inform one another*». Journalist and Digital Media Entrepreneurship professor Dan Gillmor in 2004, in his book *We the media: Grassroots media for the People, by the People*, first used the expression “former audience”. Gillmor wrote that he considered the proliferation of amateur reporters as the wealthiest product of new media and technologies development. In *We the media: Grassroots media for the People, by the People* he told that citizen journalism should become a participatory and democratic way to deepen some of the topics that mainstream media ignore.

Gennaro Carotenuto, political analyst for Uruguayan journal «Brecha», said on his website that citizen journalism is independent from the market – driven logic because citizens only write about what they really know; they write about their own world. Citizen journalists share and comment the facets of reality that are close to them. «*The citizen journalist performs and is authoritative if builds his own agenda setting around his own fancies and skills. If he testes himself on the field of those skills, beats in quality and timeliness traditional media, as Vietcong guerrillas defeated marines in the Vietnamese jungle*». According to media activism in Middle East professional Courtney Radsch, the juxtaposition on the two terms, “citizen” and “journalism”, explains the real essence of the whole concept, melting civic commitment and social responsibility with journalism’s specific characteristics: citizen journalism uses techniques which are similar to traditional one’s, but it’s driven by different ideals and objectives.

In 2005, Poynter Institute for Media Studies senior editor Steve Outing wrote an article where he framed eleven lawyers of citizen journalism. In each of these levels, the participation of the public becomes stronger and deeper, until the last one, that he called “wiki journalism”. The first one consists in opening to users’ comments, critics and suggestions, with the objective of improving the initial work made by a professional journalist. But *«you do need to watch what people post. (...) Opening up to reader comments requires vigilance»*.

The second step would be to *«recruit citizen add-on contributions for stories written by professional journalists»*. This approach allows turning a small article into a complete service for the community of the readers.

The third lawyer of citizen journalism, still according to Steve Outing, is an open-source reporting system. It means the creation of a collaborative network between reporters and readers, where the audience can participate in writing the stories by giving suggestions or by telling their personal experience. Journalists can add people’s contributions in the digital version of the article with links or pop-ups that bring the reader to what citizens have added.

In the fourth position we find the so called “citizen bloghouse”, an online agglomerated of city blog and local news. Outing says there are two ways of doing it. The first one is creating a big home page for all the city news and contributions, with links to different stories or topics, also trying to attract some kind of commercial partnerships. The second way is choosing the best local bloggers of a particular area, and giving them the administration of a newspaper’s online page or blog.

Outing’s fifth lawyer is another particular category of blog; it means those that let audience’s participation in the work with the editorial staff of a news company. It is all about sharing transparency and accountability, showing what the work of a journalist is and receive contributions or suggestions.

Next ones are citizen journalism independent websites, separate from mainstream information flows. The director only has the role of checking quality and editorial coherence of what is up to be published. Next level is the same as sixth, but in an unedited version. In this case there is no director or editor, what people writes goes online, something like “let them be what they are”. And, number eight, is adding a printed version to these citizen journalism organization.

The ninth lawyer is the hybrid, journalist and citizens put together. The tenth one is the following step, both under the same roof. In every written page goes the joint work of professionals and volunteers.

The ultimate level is what he calls “wiki journalism”. The most known example is WikiNews, launched by Wikipedia users in 2004. From 2005, the project uses Creative Commons’ license, it means everybody can write, add or correct the news. According to Outing, wiki journalism is a choice that requires courage, because it would mean a great loss of control by the traditional powers for what concerns journalistic products. That, is a phenomenon we have never seen before: the complete interaction between writers and readers.

The idea behind citizen journalism is that people without professional journalism training can use the tools of modern technology and the global distribution of the Internet to create, augment or fact-check media on their own or in collaboration with others. Everybody knows, then, what audience participation means – but when does it become journalism? American journalist and blogger JD Lasica tried to answer to this question in 2003, with his article *What is participatory journalism?*. Lasica said that citizen journalism is a slippery creature, difficult to identify if we don’t know clearly what we’re talking about. In order to answer to this question, he gave six different categories of audience participation.

The first category is public participation to main press organizations’ websites. Then, independent news and information blogs or sites. Third ones are proper participatory informations sites, where contents are user-generated, such as South-

Corean OhMyNews, Japanese JanJan or worldwide widespread Indymedia. Fourth position is for collaboratory and contributory media sites, like Slashdot – a “news for nerds” page, born as a blog in 1997, completely run by users. Fifth place for other kind of thin media: newsletters, mailing lists and other similar digital communication systems. Last, personal broadcasting sites. Lasica bring the example of KenRadio Broadcasting, a web radio run by founder Ken Rutkowski, born in 1990 as hi-tech industry podcast.

According to Mark Glaser, PBS Media Shift executive editor, speaking of citizen journalism is not correct. We should use the word “unfiltered”, as Rocky Mountain news site New West does. Glaser believes that the Internet is affecting journalism just as the printing press affected to the Church: *«the tools of broadcasting media have gone from owning paper mills, presses, million-dollar transmitter and broadcast licenses, to having a cheap PC or a mobile phone in one’s pocket. (...) People are bypassing the sacrosanct authority of the journalist in the same way as Luther asserted that individuals could have a direct relationship with God without the intermediary of the priest. The Internet has disintermediated middleman in other industries, why should journalism be immune?»*.

*«It is no longer enough to be informed to fully enjoy citizenship»*, said Goldsmiths associated researcher Tamara Witschge, *«you now need to be an information producer»*. Witschge, in her article Street journalists versus “aling journalists”, spoke of sick journalists, unable to create new stories and desk-bound waiting for the bloggers to do it for them. British reporters, according to a research made by Tamara Witschge herself on behalf of Goldsmiths, are stuck in a bureaucratic and administrative trap and so they don’t produce real information anymore. So the role of citizen journalism organization, such as Demotix, “the network for freelance photojournalists, becomes crucial. But we should better say “street journalism”, not just “citizen”. Demotix’s goal, in its CEO Turi Munthe’s dreams, is to create a networked team of street journalists reporting local news from different areas.

Another term that fully explain the concept of citizen journalism is the “networked journalism” one, proposed by Jeff Jarvis, director of the Tow-Knight Center for Entrepreneurial Journalism at the City University of New York’s Graduate School of Journalism. *«Networked journalism takes into account the collaborative nature of journalism now: professionals and amateurs working together to get the real story (...) and it focuses on the process more than the product».*

*«Appointment-driven news consumption is quickly giving way to on-demand news consumption. And, as we’ve seen so clearly in the last year or so, consumers will want to use the two-way nature of the Internet to become active participants themselves in the exchange of news and ideas. The news, as lecture, is giving way to the news as a conversation»*, said Tom Curley, director of Associated Press in 2004. *«What is happening is, in short, a revolution in the way young people are accessing news»*, said Rupert Murdoch in his 2005 speech to the American Society of Newspapers Editors. *«They don't want to rely on a God-like figure from above to tell them what's important. And to carry the religion analogy a bit further, they certainly don't want news presented as gospel. (...) They want control over their media, instead of being controlled by it. (...) The digital native doesn't send a letter to the editor anymore. She goes online, and starts a blog. We need to be the destination for those bloggers. We need to encourage readers to think of the web as the place to go to engage our reporters and editors in more extended discussions about the way a particular story was reported or researched or presented».*

The Independent Media Center is a global citizen journalism network, founded to research a radical, accurate and passionate telling of the truth, aimed by love and inspiration for the people who carry on working for a better world. These are not only Indymedia’s (often shortened also as IMC) basic principles, but even citizen journalism’s ones: the show of reality without distortions or censorships, in



opposition to mainstream media corporates. Indymedia also represents the moment when media activism started to give way to citizen journalism.

The Independent Media Center started in November 1999 in Seattle, USA, at World Trade Organization's Third Ministerial Conference. Hundreds of media activists, who in the previous months had built an independent media system for their no global activities, made their work converge in a single coverage of the events system. A pioneering Independent Media Center was born. Every single day was covered using a new software, developed by Australian activists, which permitted the real time upload of pictures and written posts. The Seattle movement was the sequel of another no global event. On June 1998, because of the G8 summit in Cologne, Deutschland, in most European capitals dancing marches were organized. The British one was called "the Carnival of London", where activists first tested their new real time upload software.

The motto of the organization is «don't hate the media, become the media». Users decide the content. Indymedia has the reputation of being enemy and opponent of traditional news mayors, and always uses an unconventional and non-politically correct language. The network organizes itself in various local independent centers, also known as newswires. Everyone can participate by uploading her or his material on that kind of public blogs, where registration is not needed. There are 150 of them all around the world. Sometimes the members themselves pay for equipment and material maintenance. Indymedia uses social networks, except Facebook that does not guarantee a fair respect for privacy. Newswires are one the reasons of Indymedia's large success in what concerns citizen journalism and media activism. Indymedia uses free software for excellence, it means GNU General Public License. The program was developed in 1989 and is based on the idea of copyleft: who is writing or publishing according to this criterion allows the distribution, copy or modification by anyone.

Indymedia have had, during the years, many legal controversies, including seizures and compulsive actions by FBI and international police forces. On October 7<sup>th</sup>, 2004, FBI ordered the closure of Indymedia's British servers, hosted by American provider Rackspace. Rackspace then told that they received a federal order, according to what Mutual Legal Assistance Treaty contemplates on international terrorism. Lately, following Electronic Frontier Foundation's legal action, some of the documents were unsealed: the charge, ordered by law court of Bologna, was on supporting FAI's (*Federazione Anarchica Informale*) attack to some of the most representative European Union's figures – including former European Commission president Romano Prodi. It all ended in acquittal on charges of terrorism aimed at Indymedia. In 2005 British servers suffered another seizure, this time due to a post, appeared on the Bristol newswire, that was praising a violent action, according to local authorities. In fact, the post invited to boycott a train transporting new cars, as part of the no global demonstrations against G8 in Gleaneagles, Scotland. Again, in 2012, the court of Milan ordered the seizure of all the Italian servers, to investigate about an alleged case of defamation against an unspecified multinational company. The situation is blocked: now, in Italy, the only working newswire is Indymedia Piedmont.

Journalism or activism? It depends from the point of view. We do not have to forget how the first Independent Media Center was born: apart from a progressive widening of the topics covered, during the years the original anti-system calling has remained unchanged. At the same time, Indymedia is against every form of violence and prefers pacific demonstrations, but reports every kind of violent action. So, probably, the question remains opened.

Current TV is the first television channel ever based on user-generated contents. It could be defined as a cross-media freecording (“freedom recording”) platform. A melting between MTV and 24 hours news channels like CNN, without any

political inspiration. The scheduling was made primarily by pods, small content-generated videos, whose length was generally from 30 seconds to eight minutes. Depending on the quality, Current TV also paid the authors. On August 1<sup>st</sup>, 2004, the television founded by former USA vice president Al Gore and his partner Joel Hyatt started its programs in the United States. In 2006, a partnership with Yahoo! was launched, in order to realize some thematic channels on the Internet. In 2007 Current TV arrived to the United Kingdom. In the same year received the Emmy Award for the Best Interactive TV Service. In 2008, Italy became the first non-English speaking country to have its own version of Current. Al Gore's television Italian version showed Citizen Berlusconi (il president e la stampa), a movie never seen in Italy before 2009, as part of the "Current DOC" series. Also hosted famous journalists, such as Michele Santoro, Giuseppe Cruciani, Luca Telese and Marco Travaglio. Current Italia closed due to strange circumstances in 2011: Sky said that there were no agreement about the renewal of the contract; but Al Gore argued that Murdoch wanted to do a favor to Silvio Berlusconi cancelling Current, in order to get involved in the digital terrestrial business in Italy. Then, in 2009, was created the Canadian version and, the following year, the South African one. On August 20<sup>th</sup>, 2013, Current TV programs ended, following take-over by Al Jazeera America.

The tv series that most of all embodied Current's mission and the new way of doing journalism raised by Al Gore and his partner was certainly Vanguard. Young street journalists of different nationalities formed the team of the programme. From the Los Angeles headquarter, they've made a small revolution in the way of doing investigative journalism, telling their first-person experience of the most important stories of our times. The Vanguard team has travelled all around the world showing what mainstream media didn't. From Russia with Hate is an investigation about the birth of neo-Nazi movements in Russia. Mogadishu Madness is a reportage about the Somali Island, destroyed by the civil war and under control of Islamic extremists. Toxic villages is the story of the route behind electronic toxic garbage

stream trough inhabited areas of China. All of these documentaries are award-winners for the originality of the stories and for the courage of the journalists that conducted and shot them.

## 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 pubblichiamo 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 "infiltra" 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 divisa, 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 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»*. Ma, questo ruolo tradizionale, fatto proprio anche dal giornalismo partecipativo, non può prescindere dall'obiettività. 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». 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”*».

### **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», 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 notizia. AgoraVox nasce in Francia nel 2005, su iniziativa del romano Carlo Revelli, 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. Dalla gente per la gente, nel pieno rispetto dei principi del citizen journalism.

Altro esempio partecipativo funzionante e di successo è quello di Youreporter.it - news from you, «la prima piattaforma italiana di videogiornalismo partecipativo», 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 troupe 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 migliaia 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 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*», 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», ha avuto un grande seguito, anche da parte di lettori del nostro paese. Su Internet se ne trova ancora traccia, ma, ovviamente, l'ultimo post è datato 31 agosto 2011. Diversi gli argomenti trattati, almeno tanti quanti quelli che dominavano la scena della 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, almeno 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., *Hackivism. 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.