

Facoltà di Scienze Politiche

*Cattedra di Teoria e Tecniche del
Linguaggio Giornalistico*

**Il futuro dell'informazione tra giornalismo tradizionale e
citizen journalism**

RELATRICE

Prof.ssa Eugenia Romanelli

CANDIDATO

Riccardo Matarazzi

Matr. 066042

Anno Accademico 2013 – 2014

INDICE

Introduzione

- **La nuova sfida: cambia la tecnologia, cambiano le aspettative** pag. 5
- Il pubblico come padrone del giornalista 6

Capitolo I

“L’avvento dei new media, causa o effetto della crisi dei giornali?”

- Dalla nascita dei giornali alla loro crisi pag. 11
- La nascita dei newmedia 14
- Le cause della crisi dei giornali 17
- La crisi dei valori nei giornali cartacei 19

Capitolo II

“ Il Citizen Journalism”

- Come nasce? pag. 23
- Giornalismo e attivismo: il caso Midia Ninja 27
- Difetti e pregi del citizen journalism 30

Capitolo III

“Il giornalismo partecipativo come supporto al giornalismo tradizionale”

pag. 33

- Citizen journalism come risorsa: il caso Al Jazeera 36
- Analisi di alcuni dei giornali partecipativi di maggiore successo 38
- Uno sguardo all'Italia: Rai Educational e Youreporter 41

Capitolo IV

“Nemici o possibili alleati”

- Il futuro del giornalismo a un bivio pag. 45
- Il punto di partenza per la collaborazione 49

Conclusioni pag. 53

Bibliografia pag. 56

INTRODUZIONE

LA NUOVA SFIDA:

CAMBIA LA TECNOLOGIA, CAMBIANO LE ASPETTATIVE

« *Ogni progresso è dovuto agli scontenti. Le persone contente non desiderano alcun cambiamento*». *Herbert George Wells*

Questo scriveva Herbert George Wells, giornalista e romanziere britannico vissuto a cavallo tra la fine del 1800 e la prima metà del 1900.

Nella nostra epoca, nonostante siano passati ormai alcuni decenni, la sua idea torna più che mai d'attualità: in qualsiasi ambito della vita il "nuovo" nasce dal desiderio di cambiamento con il fine di poter prendere il posto del "vecchio" ormai considerato inadatto, alle nuove esigenze e soprattutto non più in grado di soddisfare le aspettative di chi lo utilizza. Ed è infatti proprio per questo motivo che la tanto antica professione del giornalista cartaceo sta affrontando, per l'ennesima volta nel corso della sua storia, uno di quei momenti in cui viene messa in dubbio sia l'importanza primaria della sua funzione informativa, sia il ruolo, fino ad ora indiscusso, egemone nell'informazione¹. Le nuove tecnologie infatti, mirano a superare ed escludere il giornali dal mondo della comunicazione.

Torniamo perciò all'idea di Wells. Il giornalismo cartaceo rischia così di esser messo da parte o addirittura eliminato dalle nuove tecnologie disponibili e di conseguenza anche la professione del giornalista, come l'abbiamo conosciuta fino adesso, rischia di scomparire.

Nel corso degli anni però, le nuove scoperte tecnologiche come radio, televisione e, seppur in maniera minore anche il cinema, avevano già provato a

¹ L.CANALI DE ROSSI (a cura di), *Citizen journalism: giornalismo partecipativo e il nuovo modo di fare informazione*, 13/08/2009, it.masternewmedia.org

mettere in dubbio l'intoccabilità del ruolo del giornalista cartaceo. Innovazione, rapidità e facilità di diffusione erano le armi in più in mano a queste new entry del mondo della comunicazione. Con il passare degli anni però finirono per abbandonare questo progetto ambizioso, accontentandosi di essere semplicemente dei collaboratori del giornalismo tradizionale, dei colleghi considerati meno attendibili e, in alcuni casi più estremi, dei semplici strumenti di supporto a disposizione del giornalista cartaceo. In molti però dopo l'avvento della radio, del cinema e della televisione, avevano finito per dare come spacciata la professione del giornalista da carta stampata. Questi prevedevano infatti un declino imminente e una fine ormai certa dell'editoria. Secondo l'opinione generale di quel periodo le nuove tecnologie avrebbero spazzato via totalmente l'ormai radicata usanza dell'informarsi attraverso i quotidiani: leggere i giornali sarebbe caduto in disuso e ciò avrebbe decretato inesorabilmente l'inizio di una nuova era nel mondo della comunicazione. I tempi cambiavano e correvano veloci e così anche le generazioni. Il giornalismo tradizionale era ormai considerato antiquato e si pensava che avrebbe presto lasciato il posto a nuovi emergenti tipi d'informazione. Con la fine dei giornali anche il compito di custodi unici dell'informazione fino a quel momento saldamente nelle mani dei giornalisti cartacei sarebbe diventato nel giro di poco tempo un privilegio di speaker radiofonici e conduttori televisivi.

Le previsioni erano pessime ma come sappiamo non è andata a finire propriamente così. Radio, televisione e cinema sono state sicuramente delle invenzioni sensazionali e hanno indubbiamente rivoluzionato e innovato anche il mondo dell'informazione. Queste infatti hanno introdotto nuove tecniche giornalistiche, hanno permesso una diffusione delle informazioni in tutto il mondo in tempi rapidissimi e hanno anche scoperto nuovi modi di attirare l'attenzione del pubblico ma di certo, non sono riusciti a sostituire del tutto i "vecchi" giornali. Questi infatti, seppur entrando innegabilmente in un periodo di crisi che dura tuttora, grazie all'autorevolezza acquisita nel corso tempo hanno

saputo resistere e trarre vantaggio da queste nuove tecnologie, prendendo spunto da ciò che di buono e di innovativo questi nuovi media avevano portato alla luce. Seppur con un lento e non del tutto completo rinnovamento, i giornali sono riusciti a sopravvivere nel corso degli anni nonostante le continue nuove ondate di tecnologia.

Si è instaurato un rapporto di coabitazione tra giornali cartacei, radio e televisione, ognuno dedicato a una parte di pubblico ma tutti insieme a formare quelli che ormai sono definiti i media tradizionali.

Dagli inizi degli anni Novanta il giornalismo tradizionale è però di fronte a una nuova sfida, ancor più difficile delle precedenti. A partire dal 1991, anno di nascita del *World Wide Web*, e arrivando fino ai giorni nostri con *social network*, *blog*, *web tv*, *web radio* e più in generale con il fenomeno del *citizen journalism*, Internet ha rivoluzionato la vita delle persone e lanciato una nuova sfida ai media tradizionali². Grazie infatti alla sua continua e irrefrenabile possibilità e capacità di modificarsi e migliorarsi, ha incominciato anch'esso a pretendere un ruolo da protagonista all'interno del mondo dell'informazione, diventando così il nuovo avversario del giornalismo tradizionale e riaccendendo nella mente dei meno fiduciosi l'idea di un nuovo possibile declino dell'editoria³.

Questa nuova tecnologia non è sicuramente un avversario semplice, ma in fin dei conti è lo stesso che si pensava di radio, cinema e televisione quando furono inventate. Questa volta però la sfida sembra davvero ad armi impari. Internet infatti non solo sta provando a cambiare il modo di fare informazione ma ha soprattutto cambiato il modo di usufruirne⁴. Il nuovo sviluppo tecnologico ha permesso una conoscenza collettiva in maniera totalmente gratuita, facilmente

² L. GORMAN & D. MCLEAN, *Media e società nel mondo contemporaneo. Una introduzione storica*, il Mulino, Bologna 2005.

³ E. PEDEMONTE, *Morte e resurrezione dei giornali. Chi li uccide, chi li salverà*. Garzanti, Milano 2010.

⁴ E. PEDEMONTE, *ibidem*.

accessibile, costantemente aggiornata in tempo reale ma che soprattutto permette l'interazione tra cittadini di tutto il mondo con le più disparate idee politiche e religiose, creando così l'idea di un'informazione im-mediata, ossia non-mediata, senza censure o giochi di potere. Un'informazione che viene dal popolo ed è diretta al popolo.

Infatti grazie a uno sviluppo enorme della tecnologia mobile, di connessioni WiFi sempre più veloci, facilmente accessibili e con l'ausilio di strumenti semplici per pubblicazione online, tutti o quasi sono ormai equipaggiati dei mezzi necessari per diventare soggetti attivi nella creazione e nella diffusione delle notizie⁵. Nasce così il fenomeno del citizen journalism, del giornalismo partecipativo, del giornalismo "fai da te". Chiunque può diventare parte integrante del processo di creazione e diffusione delle notizie. Per la prima volta la professione del giornalista non è solo minacciata dalle nuove tecnologie come fu con la radio e la televisione ma lo è soprattutto dal nuovo tipo di *audience* che il web ha saputo creare. Internet perciò non ha solo cambiato il modo di fare informazione - cosa che hanno fatto nel recente passato anche altre innovazioni tecnologiche - ma ha cambiato gli interessi e le aspettative dei fruitori. Attraverso il fenomeno del citizen journalism il pubblico vuole finalmente poter essere partecipe e protagonista del processo informativo, vuole poter produrre e commentare ma soprattutto vuole poter criticare l'informazione fornita dall'alto delle testate giornalistiche e riuscire così a ribaltare il rapporto gerarchico giornalista-lettore. Internet e più in generale il giornalismo partecipativo hanno evidenziato ancor di più i difetti del giornalismo tradizionale visto dall'opinione pubblica sempre più schiavo del potere e disposto a mettere davanti alla buona informazione, gli interessi della classe politica⁶. L'editoria sta perdendo così il ruolo di "Quarto potere", di giudice imparziale dell'operato del settore legislativo, esecutivo e giudiziario ma in particolar modo il ruolo di informatore

⁵ L.CANALI DE ROSSI, opera citata.

⁶ G.ANSELMI, *Le due informazioni*, prefazione in E. ROMANELLI (a cura di), *Tre punto zero*, Dino Audino editore, 2011, Roma.

dei cittadini⁷. Radio e televisione, seppur in maniera meno evidente, stanno seguendo la stessa linea dei giornali. La tanto acclamata libertà di stampa, presupposto di un giornalismo libero da ogni tipo di condizionamento, fondamentale per garantire una società giusta, garanzia presente in ogni Stato di diritto e prevista in Italia dall'Art.21 della Costituzione, sta venendo meno⁸. Il pubblico è stanco di un sistema d'informazione che non li soddisfa più. Il web ha dato a questa audience scontenta gli strumenti necessari per diventare non più esclusiva fruitrice di notizie, ma sempre più parte integrante del processo di produzione dell'informazione.

Il pubblico come padrone del giornalista

« Chi di voi vorrà fare il giornalista, si ricordi di scegliere il proprio padrone: il lettore »⁹. Indro Montanelli

Come afferma Indro Montanelli, giornalista storico divulgativo e commediografo italiano degli anni Novanta, le aspettative del pubblico e i loro interessi sono le colonne portanti sulle quali dovrebbe reggersi un giornale. Fin dai suoi albori, il giornalismo ha sempre avuto bisogno del pubblico per sopravvivere. Si tratta di un rapporto di fondamentale importanza dal quale non si può prescindere. Ora più che mai, vista la sempre maggiore e spietata concorrenza, affinché i giornali possano sopravvivere, c'è bisogno che chi fa informazione torni prima di tutto a tutelare e a soddisfare il volere del proprio padrone: i lettori. Senza pubblico i giornali non potrebbero sopravvivere e tanto meno avrebbero senso di esistere.

⁷ L. GORMAN & D. MCLEAN, opera citata.

⁸ https://www.senato.it/1025?sezione=120&articolo_numero_articolo=21

⁹ I.MONTANELLI, *Ultima lezione giornalismo Università Torino 12 maggio 1997*, 12/04/09, lastampa.it,

«Quale sarà il futuro dell'informazione tra giornalismo tradizionale e citizen journalism? »

Questa è la domanda principale dalla quale bisogna muovere per cercare di capire sia i risvolti che potrà avere questa situazione e sia quali saranno le possibili conseguenze.

L'intento della tesi è proprio quello di cercare di scoprire che futuro spetta al mondo dell'informazione, cosa succederà ai giornali cartacei e quale potrebbe essere la scelta migliore che dovrebbero fare per riuscire, per l'ennesima volta, a sopravvivere alla nuova ondata tecnologica.

A queste domande proveremo a rispondere in primo luogo analizzando le cause dell'ormai duratura crisi dei giornali, successivamente guarderemo nel dettaglio i motivi della nascita del fenomeno del citizen journalism, considerato da molti il nuovo rivale del giornalismo tradizionale e destinato a prendere il sopravvento nel mondo dell'informazione. Guarderemo anche come questo sia riuscito a cambiare le aspettative e il ruolo del pubblico e ne analizzeremo pregi e difetti. Infine proveremo a guardare al futuro attraverso un'analisi di alcuni dei più famosi giornali partecipativi e tramite la citazione di alcuni esempi già presenti di collaborazione con i media tradizionali. Cercheremo quindi di capire come potrà evolversi questa situazione, se finirà tutto in uno "scontro" tra editoria e giornalismo partecipato che porterà ad un unico vincitore o se magari, contro qualsiasi tipo di aspettativa, l'incontro tra queste due forme così diverse di fare giornalismo possa portare ad una cooperazione e creare così un nuovo modo di fare informazione che sia allo stesso tempo libero, innovativo, veloce ma anche credibile e attendibile, in grado di assorbire insomma solo i pregi delle due tipologie.

CAPITOLO I

L'AVVENTO DEI NEW MEDIA, CAUSA O EFFETTO DELLA CRISI DEI GIORNALI?

Dalla nascita dei giornali alla loro crisi

I primi antenati del giornale d'informazione nacquero a partire dall'invenzione del torchio tipografico nella seconda metà del XV secolo. Si trattava inizialmente di piccoli fogli d'informazione e solo successivamente le "gazzette" incominciarono a incorporare commenti degli affari pubblici¹⁰. Il primo quotidiano pubblicato in Europa fu il «*Leipziger Zeitung*» nel 1660¹¹. Non aveva inizialmente tiratura elevata ma, con il passare del tempo, ci fu una crescita esponenziale, il fascino dei quotidiani aumentò sempre più fino ad attirare addirittura l'attenzione dei governi. Questi, spaventati dalla possibilità che i giornali fossero usati per la diffusione di idee rivoluzionarie, decisero nel 1712 di limitarne la produzione imponendo una tassa su ogni copia venduta¹².

Ciò non interruppe il processo evolutivo dei giornali e grazie anche all'innovazione tecnologia nei processi produttivi e all'industrializzazione, a partire dall'Ottocento i giornali iniziarono il loro graduale ma veloce fenomeno d'espansione che li ha portati fino ai giorni nostri ad essere le grandi e influenti potenze che tutti conosciamo.

¹⁰ L. GORMAN & D. MCLEAN, opera citata.

¹¹ <http://www.treccani/enciclopedia/giornalismo>

¹² L. GORMAN & D. MCLEAN, opera citata.

Nel 1833 a New York fu fondato il «*Sun*» e nel 1851 il «*Times*»¹³. Esempio lampante di come alcuni giornali, nonostante siano passati più di cento anni, non solo siano ancora esistenti ma come abbiano addirittura assunto caratura mondiale.

L'avvento della pubblicità divenne il motore fondamentale dello sviluppo dell'editoria.

La società dei consumi chiedeva alle pubblicità di trovare continuamente nuovi clienti. Gli inserzionisti videro nei giornali il mezzo più veloce ed efficace per la diffusione dei messaggi pubblicitari. Fu proprio grazie alle agenzie pubblicitarie che i giornali riuscirono ad espandersi e a sopravvivere fino ai giorni nostri. Con gli introiti derivanti dalle inserzioni pubblicitarie, i quotidiani riuscirono ad avere uno sviluppo talmente grande da portarli ad essere in tutto il mondo i padroni incontrastati dell'informazione. La pubblicità ben presto però si trasformò in “croce e delizia” per i giornali di tutto il globo. Le agenzie infatti basavano le loro retribuzioni sul numero di copie vendute. I giornali riuscirono per decenni ad avere delle tirature eccezionali ma ciò si interruppe con l'avvento dei nuovi mezzi d'informazione.

A partire dai primi anni Venti nacque infatti la radio che portò l'informazione e l'intrattenimento all'interno delle case¹⁴. La nascita di questo nuovo mass media sconvolse totalmente il mondo dell'informazione. I giornali avevano costi di produzione molto elevati e in ambito di diffusione non potevano minimamente stare al passo con la radio la quale permetteva di raggiungere un bacino di utenza molto maggiore. Di questo si accorsero le agenzie pubblicitarie che incominciarono a spostare perciò la loro attenzione sulle emittenti radiofoniche¹⁵.

¹³ L. GORMAN & D. MCLEAN, *ibidem*.

¹⁴ <http://www.storiadellaradio.rai.it>

¹⁵ L. GORMAN & D. MCLEAN, *opera citata*

Inizia così il processo di innovazione tecnologica che porterà alla crisi economica dei giornali.

Senza gli introiti pubblicitari la carta stampata avrebbe faticato a sopravvivere.

L'editoria, dopo un iniziale ostruzionismo nei confronti delle emittenti radiofoniche, decise di interrompere questa “guerra” tra mezzi di comunicazione. Alcuni proprietari di giornali accortisi delle grandi potenzialità della radio, decisero addirittura di investire nel nuovo mezzo di comunicazione. Molti quotidiani incominciarono così un lavoro di collaborazione con le radiotrasmissioni¹⁶. La carta stampata, seppur ridimensionata, riuscì comunque a sopravvivere.

Le dimensioni della crisi aumentarono a partire dalla metà degli anni Cinquanta con la nascita della televisione e in tempi più recenti con l'avvento di Internet.

L' "era della televisione" non fece altro che amplificare il fenomeno di spostamento della pubblicità dai giornali verso i nuovi canali d'informazione.

Mentre i costi della produzione continuavano ad aumentare, gli introiti invece, visto l'abbandono crescente da parte delle pubblicità, scendevano a dismisura.

Anche questa volta però i giornali, tramite un processo di evoluzione ma soprattutto grazie soprattutto all'autorevolezza, dote che maggiormente li aveva contraddistinti nel corso del tempo, ne uscirono sì ulteriormente danneggiati ma comunque ancora saldamente a capo della comunicazione internazionale.

Per limitare le perdite di audience furono aumentate le immagini all'interno delle pagine dei giornali, incominciarono anch'essi a sfruttare il fattore visivo per suscitare emozioni, cavallo di battaglia della neonata televisione. Furono inoltre valorizzate nuove forme di scrittura giornalistica come il reportage e l'inchiesta. Tutto ciò unito alla grande considerazione e attendibilità che era stata conferita

¹⁶ L. GORMAN & D. MCLEAN, *ibidem*.

dall'opinione pubblica ai giornali, specialmente nel corso delle due guerre, permise all'editoria e alla professione del giornalista di rimanere simboli di affidabilità e autorevolezza nel mondo della comunicazione.

Come affermò Thomas Jefferson già nel 1787: « *la stampa è un elemento cruciale per una cittadinanza informata, caratteristica alla base per una buona democrazia* ». Nonostante vendite sempre minori questo ruolo è rimasto inalterato nel tempo¹⁷.

La televisione modificò la vita delle persone ma gli sconvolgimenti furono minori del previsto e il declino del giornalismo cartaceo sembrò in parte scongiurato. Forse era presto per tirare le somme.

La nascita dei new media

Il colpo più forte in termini di crisi del giornalismo si sta verificando a partire dal 1991, ed è tutt'ora in corso. La nascita di Internet e del *World Wide Web*, oltre ad aver influenzato usi e costumi di intere generazioni, ha totalmente rivoluzionato sia le preferenze del pubblico sia il mondo dell'informazione nella sua totalità.

A risentire dell'avvento di queste nuovi media non sono stati solo i giornali ma anche tutti gli altri mezzi di comunicazione. Non sono riuscite a sfuggire nemmeno le più recenti radio e televisioni.

Nato da un progetto del Dipartimento della Difesa Americano volto a garantire un mezzo di comunicazione capace di funzionare anche a seguito di un attacco nucleare. Internet solo successivamente ha incominciato ad essere utilizzato per finalità civili. Inizialmente fu il collegamento tra centri di ricerca e università ma

¹⁷ *The Founders' Constitution*, Volume 5, Amendment I (Speech and Press), Document 8, http://press-pubs.uchicago.edu/founders/documents/amendI_speechs8.html, The University of Chicago Press

solo a partire dai primi anni del 2000 ha assunto le forme che noi tutti conosciamo¹⁸.

Capisaldi di questa nuova invenzione sono tutt'ora, concetti come partecipazione, interattività e condivisione¹⁹.

Tutti possono accedere ad Internet gratuitamente, chiunque può pubblicare e commentare qualsiasi documento condiviso nel web.

Questa nuova tecnologia ha saputo rinnovarsi nel giro di pochissimo tempo, sono nati infatti anche software di supporto al fine di rendere la navigazione e la pubblicazione facilmente alla portata di tutti.

Nascono così i primi forum di discussione, luoghi di incontro online dove poter affrontare le più disparate questioni. Nascono anche esperimenti di conoscenza collettiva come Wikipedia, fondata da Jimmy Wales nel 2001 con l'obiettivo di mettere a disposizione della comunità del web un'enciclopedia gratuita, costantemente aggiornata e realizzata dagli utenti stessi. Tutti diventano parte del progetto; la conoscenza di ognuno diventa la conoscenza di tutti²⁰.

L'innovazione riguardante Internet, che maggiormente ci interessa e che ha incominciato a minare il ruolo dei giornali di custodi dell'informazione è in assoluto il blog.

Nato nei tardi anni Novanta si tratta di una sorta di diario online di proprietà di chiunque decida di aprirne uno, ed è solo chi lo possiede a decidere cosa pubblicarci²¹.

Essendo Internet diffuso in tutto il mondo ed essendo i blog totalmente gratuiti, questi hanno permesso la diffusione di notizie da tutte le parti del mondo. Ogni avvenimento, anche il più piccolo, ha comunque un influsso sulla vita delle

¹⁸ L. GORMAN & D. MCLEAN, opera citata.

¹⁹ L. GORMAN & D. MCLEAN, ibidem

²⁰ R.CAPPELLI, *Il giornalismo e l'informazione liquida. Da Hannah Arendt al Web 2.0*, saggio in E.ROMANELLI (a cura di), *Tre punto zero*, Dino Audino editore, 2011, Roma.

²¹ <http://it.wikipedia.org/wiki/Blog>

persone; attraverso la descrizione di questi accadimenti sul proprio diario online si permette una diffusione delle news in tutto il globo. Sono notizie immediate di avvenimenti vissuti in prima persona da chi li sta raccontando²². Nasce così il fenomeno del citizen journalism, del giornalismo fatto da chi prima, era solo fruitore di notizie.

Le prime news incominciarono così a circolare sul web e il monopolio della carta stampata sui mezzi d'informazione rischiava di essere interrotto.

Dopo alcuni decenni, i blog svolgono ormai un ruolo informativo al fianco dei media tradizionali; oltre infatti ai blog di proprietà dei cittadini, sono nati anche quelli gestiti dalle emittenti radiofoniche, dai giornali e dai canali televisivi. Tutti hanno incominciato ad accorgersi delle potenzialità di questa nuova scoperta tecnologica.

Come da caratteristica peculiare di Internet, le innovazioni non si sono fermate. Successiva ai blog è la nascita dei social network come Facebook e Twitter, nati entrambi a scopo di condivisione nelle comunità virtuali di foto e pensieri personali; anch'essi si sono trasformati rapidamente e facilmente in veicoli per la diffusione delle notizie.

Anche le pubblicità si sono accorte delle grandi potenzialità del web. Internet infatti permette oltre a un bacino di utenza pressoché infinito anche una varietà vastissima di pubblico. Le agenzie di inserzionisti hanno spostato la loro attenzione sui siti web, social network e blog riducendo ancora di più la già ridotta pubblicità sui giornali e facendoli sprofondare così in una crisi sempre maggiore²³.

²²R.CAPPELLI, opera citata.

²³ PEW RESEARCH CENTER, *State of media 2013*, pewresearch.org

Le cause della crisi dei giornali

È idea comune che alla base della crisi dei giornali ci sia appunto la diminuzione degli introiti pubblicitari, dovuta all'avvento delle nuove tecnologie che hanno finito per rubare la scena alla carta stampata²⁴.

Come abbiamo già visto, l'invenzione della radio e successivamente della televisione hanno sicuramente minato la posizione di prestigio che avevano acquistato i giornali nel corso del tempo ma ciò di certo non può bastare a spiegare cosa sta succedendo.

Le inserzioni pubblicitarie sono la linfa vitale per qualsiasi giornale: senza di queste gli introiti derivanti dalla vendita delle copie non bastano di certo a sopperire alle spese²⁵. Il numero sempre crescente di mezzi di comunicazione non ha fatto altro che frammentare il pubblico e di conseguenza anche le pubblicità e gli introiti da queste derivanti²⁶.

Le nuove scoperte tecnologiche hanno inoltre comportato cambiamenti nelle preferenze del pubblico. La radio e la televisione hanno introdotto la possibilità di avere notizie praticamente in tempo reale, caratteristica impossibile per un quotidiano, che viene redatto nella notte precedente alla pubblicazione. Il pubblico perciò ha iniziato ad abituarsi alla possibilità di avere notizie sempre più rapide e questo ha incominciato a far sembrare i giornali come uno strumento ormai superato.

Leggere il giornale comporta inoltre un dispendio di tempo che, in una società caratterizzata da ritmi irrefrenabili come quelli tipici del capitalismo, sembra non essere mai a disposizione²⁷.

²⁴ F.MARINELLI, *Come stanno i giornali italiani*, 1/02/2013, ilpost.it

²⁵ <http://www.borsaitaliana.it>

²⁶ E. PEDEMONTE, opera citata.

²⁷ AUDIPRESS, *Indagine sulla lettura dei quotidiani e dei periodici in Italia 2013*, 4/02/2014, audipress.it

Per di più le foto ormai non bastano più; il pubblico grazie alla televisione si è abituata alle immagini in movimento che permettono a chiunque di vivere in prima persona cosa sta accadendo, con cariche emotive enormi che non fanno altro che attirare ancora di più l'attenzione dei telespettatori. La possibilità di unire ai filmati anche il sonoro ha reso le immagini dei fotoreporter sempre più prive di emozioni e di interesse per la stragrande maggioranza dei lettori.

Internet invece, ha semplicemente unito i progressi fatti da radio e televisione e li ha trasferiti in un unico media, ne ha preso le caratteristiche migliori e le ha integrate tra loro aggiungendo solo quella dose di soggettività, tipica di un diario personale che gli ha permesso di diventare un prodotto vincente.

Video, audio, aggiornamento in tempo reale, bacino di utenza in continua espansione, diffusione in ogni parte del globo, e gratuità del servizio hanno permesso ad Internet di imporsi nel giro di pochi anni all'interno del mondo della comunicazione.

Ma può davvero questo bastare per determinare completamente la fine dei giornali? Nonostante tutto i giornali sono sempre riusciti a sopravvivere a qualsiasi innovazione tecnologia si sia posta loro davanti, grazie alla grandissima autorevolezza e credibilità acquisita nel corso del tempo²⁸. Il fatto che esistano da più di cento anni e che sia perciò il più antico mezzo d'informazione, ha sempre permesso all'editoria di mantenere il ruolo e il rispetto che merita. L'antica storia, il comportamento e il servizio offerto nel corso del tempo hanno permesso al giornale di arrivare fino ai giorni nostri. Queste sono doti che l'avvento di una nuova tecnologia come Internet non può certo spazzare via. Se così fosse basterebbe l'apertura al mondo del web unita alle doti conquistate nel tempo a permettere all'editoria di sopravvivere per l'ennesima volta.

E allora perché i giornali stanno scivolando sempre più verso il declino? E se fossero proprio la credibilità e l'autorevolezza ad esser venute meno e ad aver

²⁸ G.ANSELMI, opera citata.

causato la vera crisi dei giornali? Una crisi non di arretratezza tecnologica, ma di contenuti.

La crisi di valori dei giornali cartacei

« Un tempo i giornali erano 'letti' prima che uscissero, letti interamente, in sede di controllo redazionale. Oggi si ha l'impressione che la prima lettura del pezzo giornalistico avvenga quando il giornale è già in edicola. La stessa etica professionale si è corrotta. Ho l'impressione che i giornalisti non siano più sui luoghi o, più precisamente, che, pur essendoci, è come se non ci fossero, tanto le loro opinioni preesistono ai fatti». Leonardo Sciascia, 1978.

Questo è ciò che scrisse nel 1978 Leonardo Sciascia, scrittore, giornalista, politico e drammaturgo italiano vissuto tra 1921 e il 1989, e questa è forse la vera causa del declino della carta stampata.

Il vero ruolo dei giornali, oltre a quello di trattare argomenti di cronaca generale, sarebbe quello di sorvegliare l'operato della classe politica, una sorta di "cane da guardia" del buon funzionamento del sistema governativo²⁹. L'etica professionale e l'obiettività dovrebbero guidare le penne di chi scrive. Ciò purtroppo sta venendo meno.

La vera causa della crisi dei giornali è da ricercare non tanto nelle nuove tecnologie quanto nell'ormai totale mancanza di credibilità dei giornali e nella disaffezione dei cittadini verso la politica. Dello stesso parere è anche il giornalista e docente della Columbia University, Alexander Stille³⁰. In un'intervista realizzata da Silvia Truzzi per il sito web *IlFatto*, il docente americano, indica come motivo primario della decadenza delle testate giornalistiche italiane, il fatto che esse siano troppo collegate alla politica a causa

²⁹ L. GORMAN & D. MCLEAN, opera citata.

³⁰ http://it.wikipedia.org/wiki/Alexander_Stille

della loro proprietà. Ciò causa innegabilmente una forma di censura che va a discapito dell'obiettività che dovrebbe caratterizzare questa professione³¹.

La crisi va perciò ricercata antecedentemente al fenomeno televisivo e all'avvento del web. L'inizio può essere fissato a partire dai primi anni Sessanta quando gli editori italiani furono dapprima costretti a rinunciare alla propria autonomia e successivamente ad accettare sia il controllo politico esterno sia a cedere direttamente le loro aziende, come successe per la *Mondadori* e per la *Rizzoli*³².

Come afferma Lucio Lami, giornalista e scrittore italiano, il giornalismo italiano a soli venti anni dalla caduta del fascismo era già tornato ad essere un servizio nelle mani del "regime" e non un servizio di pubblica utilità³³.

Si tratta perciò di una crisi dei valori. Il giornalista è passato da osservatore e garante della buona politica a strumento facilmente influenzabile nelle mani del potere.

Nel saggio "*Millecinquecento lettori. Confessioni di un giornalista politico.*", l'autore Enzo Forcella, esprime la stessa idea³⁴. La stampa italiana non è fatta per informare i cittadini sui singoli avvenimenti di pubblico interesse ma è a uso e consumo di un ristretto numero di persone, i politici. Questi utilizzano la stampa per perseguire i propri interesse e per diffondere le proprie linee ideologiche³⁵. Tutto ciò non va però confuso con la linea politica di chi scrive gli

³¹ Ifattoquotidiano.it

³² L. LAMI, *Conferenza per il CIDAS*, 26/11/2010, Torino, Centro congressi Unione Industriali, francoabruzzo.it

³³ L. LAMI, francoabruzzo.it, ibidem

³⁴ **Enzo Forcella**, giornalista e scrittore, è nato a Roma nel 1921. Come giornalista è uno dei più attenti e seguiti commentatori della vita pubblica italiana degli ultimi cinquant'anni. e ha lavorato al "Mondo" di M. Pannunzio (dove, tra l'altro, redigeva la rubrica "Taccuino"), a "La Stampa" e a "Il Giorno". Dalla fondazione (1976) è editorialista e collaboratore di "Repubblica". Ha impostato e condotto diversi programmi televisivi ed è stato per dieci anni direttore della rete culturale "Radiotre". È autore, tra l'altro, di *Plotone d' esecuzione, I processi della prima guerra mondiale* (1968, con Alberto Monticone) e *Celebrazione di un trentennio* (1974, Premio Bagutta). Su Forcella hanno scritto, tra gli altri, Pietro Citati, Italo Calvino, Giorgio Manganelli, Ennio Flaiano, Paolo Spriano, Carlo Levi, Eugenio Scalfari, Giorgio Bocca, Giorgio Galli e molti altri studiosi e memorialisti dell'Italia contemporanea.

Fonte: <http://www.einaudi.it/libri/autore/forcella-enzo>

³⁵ E. FORCELLA, *Millecinquecento lettori: confessioni di un giornalista politico*, Donzelli editore, 2004.

articoli, componente difficilmente scindibile nella stesura di un pezzo; caratteristica da non condannare e che fornisce alla semplice narrazione dei fatti quella dose di analisi e di investigazione personale necessaria per una piena intesa degli avvenimenti. Ciò di cui intendo discutere è la sudditanza psicologica nei confronti della proprietà del giornale.

Con la cessione dei giornali al controllo politico nasce la figura del Direttore Editoriale, una figura nuova che si occupa di fare da intermediario tra media e volere dei partiti. Vengono scelti solitamente, per ricoprire questa carica, uomini di fiducia a discapito di altri considerati poco conformi alla linea politica del giornale. Un esempio lampante lo troviamo nel 1968 quando fu rimosso dalla direzione del «Secolo XIX», quotidiano di Genova, il liberale Umberto Cavassa a favore di Pietro Ottone³⁶.

La Costituzione Italiana nel suo art.21 così recita: « la stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure »³⁷. Il nostro ordinamento considera perciò tra i diritti fondamentali una piena libertà di stampa. Ciò però non è più assicurato.

Di questo si occupa un rapporto annuale di valutazione del grado di libertà democratiche percepite in ogni paese, effettuato dalla Freedom House, organizzazione non governativa internazionale per ricerca e sensibilizzazione su democrazia, libertà politiche e diritti umani. L'indagine rivela che l'Italia occupa ormai il 69° posto della classifica sulla libertà d'informazione e viene per questo motivo considerato un paese “semi-libero”³⁸.

Tutta questa situazione ha notevolmente influenzato l'idea che i cittadini hanno dei giornali e della professione del giornalista. La disaffezione nei confronti della classe politica, considerata sempre più corrotta e mal funzionante, in una situazione di perfetta libertà di stampa, avrebbe comunque permesso

³⁶ L. LAMI, francoabruzzo.it, opera citata

³⁷ https://www.senato.it/1025?sezione=120&articolo_numero_articolo=21

³⁸ FREEDOMHOUSE, *Global press freedom ranking 2013*, freedomhouse.org

all'editoria di mantenere l'appoggio della popolazione e di continuare ad essere il potere volto al controllo delle attività governative. Ma come abbiamo visto tale libertà si sta gradualmente perdendo e giornali oltre a non aumentare audience perdono anche il rispetto di chi li ha sempre considerati i media più autorevoli.

Va dissolvendosi la fiducia nei confronti della carta stampata e ciò, influenzandone le vendite, rischia di causarne una fine prematura.

Lo stesso sta succedendo, seppur in maniera minore, alle radio e alle televisioni anche loro alle prese con livelli di ascolti sempre minori.

L'informazione su Internet effettuata dai cittadini - quindi il citizen journalism - nasce proprio per sopperire alla mancanza di obiettività e rinnovamento dei media tradizionali.

I cittadini si innalzano infatti come "supereroi" dell'informazione e si pongono come obiettivo primario quello di una narrazione fedele degli avvenimenti accaduti. Se sia tramite articoli, foto o video poco importa, ciò che conta è che sia garantita l'obiettività.

Nasce così una nuova forma di giornalismo tramite l'utilizzo dei canali di diffusione che il web ha messo a disposizione a tutti.

CAPITOLO II

IL CITIZEN JOURNALISM

Come nasce?

La nascita del *citizen journalism* non ha una data ben definita ne tantomeno un singolo episodio che ne ha segnato l'inizio³⁹. Solo nel corso del tempo l'opinione pubblica ne ha assaporato le caratteristiche e ha incominciato a rendersi conto delle grandi potenzialità del fenomeno decidendo di analizzarne la cause.

Sicuramente gran parte dello sviluppo del fenomeno è dovuto all'incremento delle tecnologie a disposizione dei cittadini. Lo sviluppo del web 2.0 non si è basato sull'aggiornamento di specifiche tecniche del precedente web 1.0 ma piuttosto di un mutamento delle modalità di utilizzo. Inizialmente si trattava di una semplice fonte d'informazioni, ora invece si costituisce come un ambiente partecipativo⁴⁰.

Il pubblico ha finalmente la possibilità di poter dire la propria su qualsiasi argomento e in maniera sempre più semplice. Non è più necessario essere degli esperti di Internet per poterlo utilizzare, l'espansione delle nuove tecnologie ne ha permesso un impiego alla portata di tutti.

Nascono così i blog, sicuramente una delle colonne portanti del citizen journalism, il primo esempio di un'informazione libera e prodotta totalmente dai cittadini. Successivamente lo sviluppo di reti mobile, smartphome e social network non hanno fatto altro che mettere nelle mani degli amanti della rete nuove "armi" e nuovi canali di diffusione per i propri pensieri o per raccontare le proprie esperienze.

³⁹ P. FORNARA, "Te la do io la notizia!". *Vademecum per il giornalista partecipativo*, 30/01/2014, ilsole24ore.com

⁴⁰ L. GORMAN & D. MCLEAN, opera citata.

Non è solo però lo sviluppo tecnologico ad aver permesso la nascita del citizen journalism. L'incremento delle potenzialità della rete si è occupata perlopiù di fornire i mezzi per poter diffondere questo nuovo fenomeno ma sono altre le cause che ne hanno portato alla nascita.

Infatti, cambiando le tecnologie cambiano anche gli stili di vita della popolazione influenzando così anche tutto ciò che ne consegue.

La cultura occidentale capitalista spinge le persone ad un ritmo frenetico, fermarsi a leggere un quotidiano o ad ascoltare un'intera edizione di un qualsiasi telegiornale è ormai diventato un lusso di pochi o un'usanza che rappresenta solo gli strati meno giovani della popolazione.

Le nuove generazioni sono abituate a vivere in un mondo fatto perlopiù di concetti semplici e sempre meno di approfondimenti.

I ritmi forsennati portano i lettori alla ricerca di notizie concise e veloci⁴¹. In questo, anche per fortuna, i media tradizionali non sono ancora al passo con i tempi.

I giornali si pongono ancora non solo come un raccoglitore delle notizie riguardanti la giornata appena trascorsa ma mettono a disposizione dei lettori un'analisi e un approfondimento operato da giornalisti ed esperti dell'argomento.

Questo purtroppo non soddisfa più la gran parte della società moderna. Diviene importante la tempistica facendo passare così in secondo piano la qualità del servizio.

Le nuove generazioni preferiscono infatti informarsi tramite Internet magari consultando il proprio smartphone in quei minuti liberi nell'arco della giornata. L'audience riceve perciò le notizie, non più dai media tradizionali ma da altri

⁴¹ V. RISI, *Progettaare un web journal*, saggio in E.ROMANELLI (a cura di), *Tre punto zero*, Dino Audino editore,2011, Roma.

utenti attraverso i blog e i social network. Si modifica così il rapporto, fino a quel momento gerarchico, giornalista – lettore.

Inoltre il web grazie ai motori di ricerca permette un filtraggio immediato delle notizie che maggiormente interessano il lettore.

Il pubblico ha così la possibilità, nel poco tempo messo a disposizione per la lettura delle notizie, di scegliere gli argomenti da consultare. Non importa se si tratti delle cronache di quartiere o della crisi economica riguardante il mondo intero, quel che diventa fondamentale è che l'audience possa crearsi un notiziario in base alle proprie preferenze⁴². Caratteristica questa che i giornali nella loro forma cartacea non potranno mai possedere.

Questo già basterebbe a giustificare la nascita del citizen journalism ma alla base di tutto, causa principale di uno sviluppo così veloce di questo fenomeno, troviamo quella crisi dei valori responsabile proprio del declino prima dei giornali cartacei e successivamente anche della radio e della televisione.

Sempre più “schiavi” delle pubblicità e del volere della classe politica, i media tradizionali hanno incominciato a disattendere le attese dell'audience.

In un mondo dell'informazione fatto principalmente da interessi economici e da gruppi di pressione è fisiologico che la “buona” informazione rischi di venire meno.

I cittadini se ne sono accorti e, dotati finalmente delle “armi” per potersi difendere, non sono questa volta rimasti a guardare.

La linea editoriale è ora come ora un fattore imprescindibile in una testata giornalistica ma al contrario di quanto si possa pensare è un problema facilmente arginabile seguendo ciò che l'Ordine dei Giornalisti già raccomanda nelle “*Carta dei doveri del giornalista*”, cioè di « *assicurare un adeguato standard di trasparenza sulla proprietà editoriale del giornale, i suoi inserzionisti*

⁴² V.RISI, ibidem.

pubblicitari nonché sugli eventuali interessi di cui siano portatori i suoi collaboratori. In particolare va ricordato al lettore chi è l'editore del giornale, quando un articolo tratti problemi finanziari che direttamente o indirettamente lo riguardino. Inoltre, si auspica che annualmente sia pubblicata la lista dei maggiori inserzionisti pubblicitari del giornale»⁴³. Così facendo il lettore viene preventivamente avvisato della linea politica del giornale e può in questo modo decidere di effettuare una lettura critica o addirittura di evitarne l'acquisto.

Ma non è questo infatti che i citizen journalist contestano. Ciò che maggiormente spinge i cittadini giornalisti ad abbracciare questo nuovo modo di fare informazione è la quasi totale mancanza di verità all'interno delle pagine dei giornali.

Va bene avere delle linee guida politiche, inscindibili dalla figura del giornalista, ma è impensabile che alcune notizie se considerate "scomode" possano non essere pubblicate o ancora peggio vengano riferite in maniera errata. Seguire la linea editoriale è una cosa, censurare delle correnti di pensiero è tutt'altro.

Il lavoro giornalistico in alcune situazioni è sempre meno caratterizzato dalla ricerca delle notizie e sempre più da una semplice selezione di queste. In questo modo milioni di notizie vengono sottratte al sapere dei cittadini⁴⁴.

Questa è un'usanza che si presenta maggiormente nei paesi sottoposti a una rigida censura dei canali informativi ma che, seppure in maniera molto minore, è presente anche nei paesi dove formalmente la libertà di stampa è garantita.

Come ha affermato l'ormai ex Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi in un discorso al Palazzo del Quirinale nell'aprile del 2007: « *Tutto deve essere raccontato senza censure e senza autocensure, se non quella che è determinata*

⁴³ CARTA DEI DOVERI DEL GIORNALISTA, *Documento CNOG-FNSI*, 8/07/1993, http://www.odg.toscana.it/allegati_news/Doveri%20del%20Giornalista%202012%20bassa.pdf

⁴⁴ G.MASTELLARINI, *Il reporter al computer*, 1/11/2004, golemlindispensabile.it

dalla propria coscienza professionale e personale»⁴⁵. Ma purtroppo questo messaggio si sta sempre più perdendo.

Per questo motivo i cittadini hanno visto nel mondo di Internet un terreno fertile dove poter esprimere le idee meno condivise e dove poter raccontare gli avvenimenti che i media locali tentano di far passare in secondo piano o addirittura di oscurare.

Chiunque in possesso di un computer o più semplicemente di uno smartphone può entrare a far parte del processo di raccolta e diffusione delle notizie.

Nasce così la definizione del citizen journalism come quel tipo d'informazione in cui i cittadini « *giocano un ruolo attivo nel processo di raccolta, reporting, analisi e diffusione di notizie e informazioni* »⁴⁶.

La popolazione, stanca di un'informazione che non la rappresenta più, ha deciso così di iniziare una nuova forma di affermazione della volontà cittadina dal basso con l'obiettivo di riportare la democrazia nelle mani delle persone.

Tecnologia, crisi dei valori nei giornali e cambiamento degli stili di vita possono essere perciò identificati come i motori della nascita del citizen journalism.

Giornalismo e attivismo: il caso Mìdia Ninja

« È notizia ogni cosa che dà fastidio, che qualcuno non vuole che venga pubblicata. Tutto il resto è pubblicità ». Questo affermava William Randolph Hearst, giornalista americano dei primi del Novecento. Proprio da questo concetto nasce uno degli obiettivi cardine del citizen journalism: mettere in luce il lato delle notizie che troppe volte viene nascosto, ricominciare a mostrare la realtà dei fatti in ogni sua forma, senza censure o distorsioni. Ponendosi anche, se necessario, in aperta opposizione ai flussi convenzionali di notizie provenienti

⁴⁵ G.MASTELLARINI, *ibidem*.

⁴⁶ S.BOWMAN & C.WILLIS, *We media. How audiences are shaping the futur of news and information*. The media center at the american press institute, 2003

dai media tradizionali accusati, come abbiamo visto, di essere sempre più schiavi dei centri di potere⁴⁷.

Nasce così il fenomeno del *mediattivismo* in cui si intrecciano giornalismo e protesta.

Gli attivisti decidono così di caricarsi sulle spalle il compito di ricercare e documentare tutte quelle notizie censurate dai media ufficiali⁴⁸.

Proprio a questo proposito, di recente apparizione ma di chiaro stampo mediattivista, è il fenomeno mediatico apparso in Brasile denominato Mídia Ninja.

Si tratta di un movimento di protesta nato sul web con lo scopo di documentare le proteste di massa che si stanno diffondendo nel paese sudamericano dal giugno 2013 in seguito all'assegnazione al Brasile dei Mondiali di calcio FIFA 2014 e che, per motivi politici, vengono spesso ignorate dai media locali.

Lo scopo principale del collettivo è quello di documentare direttamente dalle strade, attraverso l'utilizzo dei telefoni cellulari, cosa stia realmente succedendo nel paese senza *“alcun taglio e nessuna censura”*⁴⁹.

Al contrario di quanto si possa pensare il nome Ninja poco ha a che fare con gli antichi combattenti giapponesi. Si tratta invece dell'acronimo in portoghese di: *“narrazioni indipendenti, giornalismo e azione”*⁵⁰.

Il collettivo d'informazione condivide i contenuti attraverso il proprio sito internet www.midianinja.org e, tramite la pagina ufficiale di Facebook che conta

⁴⁷ G.MASTELLARINI, opera citata.

⁴⁸ <http://it.wikipedia.org/wiki/Mediattivismo>

⁴⁹ www.midianinja.org

⁵⁰ N. MAZOTTE, *Midia ninja: an alternative journalism phenomom that emerged from the protests in Brazil*, 25/07/2013, knightcenter.utexas.edu

ormai più di 271mila likes, riesce a interagire direttamente con l'audience per coordinarne le mobilitazioni⁵¹.

Il sostegno nei confronti di Midia Ninja non arriva solo attraverso i social networks ma anche direttamente sul campo. Sono sempre più infatti le persone che entrano a far parte del team, seppur sporadicamente, caricando i propri video sul sito del collettivo.

Sempre più brasiliani infatti si sentono rappresentati dal modo di fare cronaca dei Ninja, considerata molto più vicina ai fatti di quanto facciano le grandi emittenti e i grandi quotidiani del paese⁵².

Ma non è solo questo lo scopo del gruppo.

Come ha affermato Bruno Torturra, uno dei giornalisti con maggiore esperienza del collettivo, in un'intervista riportata sul sito del «The Guardian», i mediattivisti si pongono l'obiettivo non solo di raccontare la verità senza censura ma anche di fare in modo che « *la gente di tutto il mondo possa avere una narrazione diversa su cosa sta succedendo a causa della Coppa del Mondo, da un punto di vista riguardante le persone in strada e non da quello della stampa ufficiale che si preoccupa solo dell'ambito calcistico* »⁵³.

Hanno deciso quindi di dare quel tocco di emotività necessaria a far sentire l'audience all'interno delle manifestazioni come diretta "partecipante" agli scontri, caricare quindi le notizie dello stesso stato emotivo che assale chi le condivide e le sta vivendo in prima persona.

Mossi da ideali e aspirazioni meritevoli, questi mediattivisti non hanno ricevuto esclusivamente consensi. Sono infatti numerose le critiche piovute sui Midia Ninja, specialmente da parte dei giornalisti di professione. Critiche riferite al

⁵¹ <https://pt-br.facebook.com/midiaNINJA>

⁵² N. MAZOTTE, opera citata

⁵³ L. BAINBRIDGE, *Voices of brazil: ninja journalist Bruno Torturra, who runs an alternative press collective*, 25/01/2014, theguardian.com

collettivo ma che possono essere estese a tutto il fenomeno del citizen journalism.

Difetti e pregi del citizen journalism.

Il difetto principale che viene affibbiato al collettivo Mìdia Ninja ma che riguarda anche il resto dei cittadini giornalisti è specialmente la carenza di tecniche giornalistiche.

I citizen journalist sono sì animanti da grandi idee e preziosi ideali ma purtroppo non hanno le basi necessarie per poter svolgere in maniera pienamente efficace l'obiettivo che si sono preposti. Ciò che a loro manca è la preparazione⁵⁴.

Chiunque può descrivere un accadimento ma solo chi ha le capacità di analizzarlo e soprattutto è abile nelle tecniche di scrittura può essere effettivamente considerato un giornalista.

L'esperienza, ma soprattutto la preparazione, non si possono ottenere solo sul campo come continuano a obiettare gran parte dei citizen journalist, deve essere coltivata con lo studio e necessita anche di quella parte di dote naturale che, nei mestieri dove l'abilità è fondamentale, non può di certo mancare. Sarebbe assurdo pensare che un'importante professione come quella del giornalista possa essere svolta da chiunque in egual maniera senza alcuna preparazione alle spalle⁵⁵.

Senza di questa è facile scivolare in pessimi esempi di citizen journalism che non possono far altro che creare inutile confusione nella testa dei cittadini.

⁵⁴ N. MAZOTTE, opera citata.

⁵⁵ *Il citizen journalism? Bello, importante, ma non è giornalismo. Solo il giornalismo istituzionale può avere affidabilità*, 20/04/2014, lsdi.it

Un errore celebre causato dalla mancanza di preparazione di alcuni cittadini giornalisti è stato fatto durante il tragico attentato avvenuto mentre era in svolgimento la Maratona di Boston nell'aprile 2013.

In questo caso alcuni utenti di Reddit e Twitter dopo aver ascoltato le comunicazioni interne della polizia di Boston, inspiegabilmente disponibili su Internet, si sono improvvisati giornalisti e hanno diffuso nella rete la notizia, senza alcuna prova oggettiva, che l'autore dell'attacco si trattasse di uno studente della Brown University scomparso da marzo.

Questo non ha fatto altro che creare ulteriore confusione in un momento già delicato per il paese e per tutto il mondo oltre che conseguenze sgradevoli per i familiari del ragazzo che successivamente si è rivelato essere totalmente estraneo all'attentato.

Il citizen journalism ha però dalla sua parte anche numerosi pregi che ne stanno permettendo, oltre a una rapida diffusione, anche l'inimicizia di gran parte degli addetti ai lavori dei media tradizionali.

Innanzitutto non è sottoposto a censure di alcun tipo. I blog e i social network, vista la gratuità del servizio, non sono soggetti a pressioni né a esigenze pubblicitarie che ne garantiscano le vendite e quindi la sopravvivenza.

Altro elemento a favore del giornalismo partecipativo è la pubblicazione delle notizie in tempo reale. I giornali infatti, essendo redatti la notte precedente al giorno di pubblicazione, possono limitarsi a raccontare ed analizzare solo gli avvenimenti della giornata già trascorsa. I citizen journalist invece, grazie all'utilizzo di software dal facile utilizzo e alle sempre maggiori connessioni WiFi, possono aggiornare in tempo reale le notizie sui propri blog o forum di discussione.

Gli articoli inoltre sono sì carenti a livello tecnico ma hanno dalla loro una carica emotiva unica e possibile solo se trasmessa da chi, quegli eventi, li sta vivendo in prima persona.

Inoltre i citizen journalist sono sparsi in tutte le parti del mondo e potendo arrivare in luoghi dove l'accesso ai media tradizionali è precluso garantiscono così una copertura delle notizie che nessuna redazione al mondo potrà mai eguagliare⁵⁶.

Una redazione immensa, che può così garantire diverse correnti di pensiero sullo stesso argomento⁵⁷.

Nato forse casualmente, il citizen journalism con i suoi pregi ma anche con i suoi difetti sta rivoluzionando totalmente il mondo dell'informazione. Più passa il tempo più ci si accorge delle enormi potenzialità di questa rivoluzione in ambito giornalistico.

Il fenomeno non si è assolutamente fermato ed anzi, è tuttora in continuo aggiornamento.

⁵⁶ M. NOTARI, *Citizen journalism minaccia o opportunità*, 28/11/2010, dilinger.it

⁵⁷ M. INGRAM, *Storyfull and the open newsroom: journalism gets better when more people do it*, 1/09/2013, gigaom.com

CAPITOLO III

IL GIORNALISMO PARTECIPATIVO COME SUPPORTO AL GIORNALISMO TRADIZIONALE

Nel corso degli anni questo fenomeno sta assumendo sempre più i connotati di un'ondata rivoluzionaria a favore di una nuova libertà d'informazione. Al contrario di quello che si possa pensare il citizen journalism nasce però anche allo scopo di supportare il giornalismo tradizionale nei momenti di difficoltà.

Il fenomeno del citizen journalism si sviluppa infatti inizialmente allo scopo di sopperire alla mancanza d'informazioni dei media tradizionali durante i periodi di crisi, specialmente per coprire la narrazione degli eventi in luoghi o situazioni in cui era negato l'accesso ai giornalisti di professione sia per motivi politici che logistici.

Non tutti però hanno saputo apprezzare questo nuovo modo di fare informazione.

Per questo motivo, in particolar modo nei paesi in cui i media convenzionali sono soggetti a forti pressioni e censure, il giornalismo partecipativo è stato visto principalmente come una minaccia.

Sono numerosi infatti gli episodi che hanno dimostrato la grandezza e la "potenza" del citizen journalism oltre che come spina nel fianco al potere anche come supporto al giornalismo tradizionale.

Durante gli avvenimenti della "Primavera Araba", ondata rivoluzionaria che ha rovesciato i regimi politici dell'Africa Settentrionale all'inizio del 2011, il citizen journalism era diventata l'unica fonte d'informazione possibile nei luoghi in cui l'accesso ai media tradizionali, specialmente esteri, era precluso⁵⁸.

⁵⁸ M.PETRESCU, M. CASTELLANI TARABINI & J. PACIETTI, *Intervista a Wadah Khanfar*, 2/02/2013, intervistato.com

Erano infatti citizen journalist coloro i quali hanno permesso la diffusione di foto e video dalla Libia. Erano ancora loro gli unici che riuscirono a fornire contenuti dall'Egitto, dalla Siria e dalla Tunisia⁵⁹.

Solo grazie agli attivisti blogger è stato possibile coprire l'intero svolgimento delle giornate di rivoluzione. Il mondo intero ha potuto seguire cosa stava succedendo nel Nord Africa nonostante i governi dei paesi in agitazione avessero bloccato il segnale delle principali emittenti arabe.

Molti dei citizen journalist furono arrestati, feriti o addirittura uccisi dai governi impauriti dal rischio di perdere il consolidato e fondamentale controllo sui media⁶⁰.

La repressione però, non riuscì a fermare l'ondata rivoluzionaria. Il grande potere del citizen journalism risiede proprio nella quasi impossibile censura. I governi si sono preoccupati troppo di rinnovare e ampliare gli armamenti militari trascurando però le grandi opportunità che il web stava mettendo a disposizione del popolo.

Gli sforzi dei regimi oppressori furono vani, grazie ad Internet i cittadini riuscirono ad organizzare le manifestazioni e a permettere a tutto il mondo di seguire quei tragici momenti.

Il giornalismo cittadino non si è però rivelato fondamentale solo nei momenti di crisi politica e nel corso delle guerre. Questo infatti ha saputo dimostrare la sua importanza anche durante le grandi catastrofi naturali.

In Italia l'esplosione del citizen journalism è avvenuta proprio durante un evento drammatico, il terremoto dell'Aquila avvenuto tra la fine del 2008 e gli inizi del 2009⁶¹.

⁵⁹ M.PETRESCU, M. CASTELLANI TARABINI & J. PACIETTI, ibidem.

⁶⁰ M.PETRESCU, M. CASTELLANI TARABINI & J. PACIETTI, ibidem.

⁶¹ *Youreporter, il successo italiano del citizen journalism*, 5/03/2014, lsdi.it

I primi contenuti disponibili su quell'evento catastrofico furono proprio quelli realizzati dai cittadini attraverso i propri smartphone e postati sulla rete.

Grazie ad Internet e alla sua velocità di trasmissione delle notizie, nel giro di pochissimo tempo tutto il mondo venne a conoscenza di cosa stava succedendo, non solo nelle città più grandi come l'Aquila già coperte dai media tradizionali, ma in ogni angolo dell'Abruzzo.

La dimostrazione più lampante è stato però durante la disastrosa perturbazione atlantica che ha colpito il Veneto nell'ottobre del 2010 causando un'alluvione colossale responsabile di più di 516 milioni di euro di danni⁶².

Il Veneto infatti è una delle regioni italiane con il maggior numero di citizen journalist attivi. Oltre 5000 cittadini reporter che durante l'alluvione postarono più di 35000 tra foto e video riuscendo in questo modo a sopperire alla mancanza di invitati delle maggiori emittenti televisive e testate giornalistiche⁶³. Grazie al loro contributo furono condivisi i momenti più drammatici dell'alluvione, smuovendo così gli animi di tutti gli italiani anche per partecipare alla raccolta dei beni di prima necessità.

Immagini crude e semplici ma che proprio nella loro imperfezione dovuta all'amatorialità riuscirono a trasmettere quel senso di realismo necessario alla mobilitazione generale. Riuscirono a documentare ogni angolo del Veneto colpito, non solo le maggiori città di cui televisioni e giornali si occuparono maggiormente. La tragedia fu descritta nella sua totalità.

Anche il ministro padovano Flavio Zannonato decise di unirsi ai cittadini reporter nel raccontare le notizie ignorate dai media tradizionali. Fu proprio grazie al suo prezioso lavoro che si ebbero notizie sulla tromba d'aria scatenatasi a Trezzo d'Adda nel milanese⁶⁴.

⁶² http://it.wikipedia.org/wiki/Alluvione_del_Veneto_del_2010

⁶³ V. VOI, *Così i cittadini sono diventati cronisti d'assalto*, 21/08/2013, mattinopadova.geolocal.it

⁶⁴ V. VOI, *ibidem*.

Inizialmente purtroppo i media si sono aperti al citizen journalism solo ed esclusivamente in mancanza di materiale prodotto dai propri inviati, non è stato visto infatti come un collaboratore ma solo come un bacino di materiale da cui attingere in caso di necessità. Il giornalismo partecipativo ancora non è stato riconosciuto pienamente. Come qualsiasi novità viene spesso vista inizialmente come una minaccia.

In Europa è ancora presente infatti la convinzione popolare che l'unica informazione veritiera e maggiormente affidabile sia quella proveniente dai canali ufficiali⁶⁵. Ci si appropria così al citizen journalism con la paura che qualsiasi contenuto possa essere frutto dell'immaginazione degli utenti. Ciò è dovuto sia ad un adattamento ovviamente lento delle vecchie generazioni al fenomeno di internet sia anche ad una sorta di demonizzazione operata dai media tradizionali, impauriti dalla possibilità di un ennesimo rivale nel campo dell'informazione.

Citizen journalism come risorsa: il caso Al Jazeera

Per fortuna però, in alcune parti del mondo questa visione pessimistica non è condivisa. Il fenomeno del giornalismo partecipativo è stato visto non come una minaccia o come un semplice bacino di materiale da cui attingere ma come una preziosa risorsa da incentivare e migliorare. Le grandi emittenti arabe come Al Jazeera, durante la primavera araba si sono rese conto delle grandissime potenzialità dei cittadini reporter. Essi infatti si limitavano a descrivere in poche righe o a riprendere in poche decine di secondi ciò che succedeva all'interno delle piazze più calde. Questi contenuti riuscivano a stimolare l'interesse di tutto il mondo molto più che ore e ore di approfondimenti televisivi. I cittadini inoltre

⁶⁵ L.CANALI DE ROSSI (a cura di), *Citizen journalism: giornalismo partecipativo e il nuovo modo di fare informazione*, 13/08/2009, it.masternewmedia.org

hanno dimostrato la loro capacità di racconto degli eventi che li stavano colpendo in prima persona.

Le televisioni arabe, essendo gli inviati impossibilitati a lavorare perché bloccati dai governi oppressori, non sono si sono lasciate sfuggire questa opportunità e hanno fatto di necessità virtù diffondendo i contenuti amatoriali presi dalla rete. Al Jazeera ha infatti messo a disposizione di tutti i citizen journalist della regione Nord Africana un servizio di supporto per la messa on-line dei materiali prodotti dagli utenti, un canale interattivo che ha riscontrato un grandissimo successo⁶⁶. Foto e video talmente esaustivi che alcuni di questi sono addirittura diventati i filmati “simbolo” dei tragici eventi, riutilizzati dalla CNN, dalla BBC e dai telegiornali di tutto il mondo.

Quindi non solo una risorsa di contenuti ma anche un’opportunità per sostenere la democrazia e le differenti correnti di pensiero.

È stata proprio l’emittente araba una delle prime a svincolarsi da ogni corrente politica limitandosi a fornire informazioni su ogni avvenimento della protesta.

Si è resa conto che la vera causa della crisi dei media tradizionali non risiede tanto in Internet quanto nella mancanza di credibilità dei giornali e televisioni, elemento che aveva permesso a questi media di sopravvivere nel tempo, e la conseguente disaffezione dei cittadini verso la politica. L’unico modo perciò per riprendersi il rispetto e l’ascolto dell’audience è quello di cessare con il giornalismo “militante” protettore di una sola corrente di pensiero. Al Jazeera ha dato così voce agli utenti e ai personaggi di ogni fazione politiche anche quelli in aperta opposizione con i governi dominanti.

⁶⁶ S.SIBILLO, *Al-Jazeera: la storia della principale emittente satellitare araba*, 8/01/2013, arabmediareport.it

Proprio questo atteggiamento ha permesso alla più famosa emittente televisiva araba di affermarsi agli occhi dell'opinione pubblica mondiale come un media democratico a sostegno della società civile⁶⁷.

Questo ha suscitato ovviamente le reazioni dei governi arabi al potere, che l'hanno dapprima osteggiata con l'accusa di manipolazione della verità e successivamente, tramite la chiusura degli uffici e l'arresto dei propri corrispondenti, ne hanno impedito l'operato⁶⁸. Questo dimostra che l'apertura al citizen journalism da parte dei media tradizionali può essere vista come la possibilità di una nuova ondata democratica, un'informazione libera che funzioni da controllo dei poteri forti. Sicuramente qualcosa di molto pericoloso per i governi che hanno qualcosa da nascondere.

Analisi di alcuni giornali partecipativi di grande successo

Non solo grazie ad AlJazeera il citizen journalism ha potuto esprimersi liberamente.

Se non sono i medium tradizionali ad offrire il necessario supporto ai cittadini reporter, sono loro stessi a ritagliarsi il proprio spazio autonomamente.

Infatti, già nel 2000, nacque OhMyNews, giornale online sudcoreano in cui la maggior parte dei contenuti è prodotta direttamente dai lettori.

Il giornale online fu fondato il 22 febbraio 2000 da Oh Yeon Ho e può essere considerato in assoluto la prima forma di giornale partecipativo⁶⁹.

⁶⁷ S.SIBILLO, ibidem.

⁶⁸ S.SIBILLO, ibidem.

⁶⁹ <http://it.wikipedia.org/wiki/OhmyNews>

Il motto è esplicativo dell'ideale che caratterizza il sito. “ogni cittadino è reporter”⁷⁰.

Il fondatore si è reso conto per primo del processo innovativo nato nel mondo dell'informazione. Insieme a una piccolissima redazione ha deciso innanzitutto di fornire spazio web alla nuova classe giornalistica nascente ma soprattutto si è preso l'onere di provare a dare un ordine alla già presente valanga di contenuti disponibili in rete.

Nonostante qualche periodo di crisi, causato per lo più dall'ostruzionismo di qualche paese del continente asiatico come il Giappone, il giornale ha riscosso numerosissimo successo. Nel giro di poco tempo, OhMyNews è diventato il sito d'informazione più visitato in Sud Corea. Solo il 20% degli articoli e contenuti presenti nel sito sono opera dei componenti della redazione, il restante 80% è tutto prodotto dagli stessi lettori⁷¹.

Risultati così incoraggianti oltre ad aver portato ufficialmente agli occhi dell'opinione pubblica il fenomeno del citizen journalism ha dato anche il coraggio e lo spunto necessario affinché progetti come questo potessero nascere anche in altri paesi.

Nasce infatti in Francia nel 2005, AgoraVox da un'idea di Carlo Revelli.

L'autore del sito si accorse, in quel periodo, dell'enorme discrepanza tra ciò che pensava l'opinione pubblica e ciò che i media mainstream riferivano in merito al referendum sulla Costituzione Europea. La voce del popolo non era fedelmente riferita dai media tradizionali⁷².

Era il momento di cambiare qualcosa. Il motto: “il cittadino fa notizia” era una buona base da cui partire per la realizzazione di un progetto ambizioso. L'ideatore e i suoi collaboratori erano convinti che « qualunque cittadino è potenzialmente

⁷⁰ <http://it.wikipedia.org/wiki/OhmyNews>

⁷¹ <http://it.wikipedia.org/wiki/OhmyNews>

⁷² *Chi siamo*, agoravox.it

capace di identificare in anteprima delle informazioni difficilmente accessibili, volontariamente nascoste o che non beneficiano di una copertura mediatica adeguata »⁷³.

Nasce così un *web journal* partecipativo dove chiunque può ricoprire il ruolo di redattore e il cui scopo è quello di « diffondere liberamente delle informazioni provenienti dai cittadini » e, tramite queste « mettere a disposizione dei suoi lettori delle informazioni inedite ».

Chiunque può far parte per qualsiasi lasso di tempo dello staff di AgoraVox, qualsiasi sia l'orientamento politico, religioso e sessuale, al fine di garantire così un'informazione impensabile in un giornale cartaceo o in una televisione con una linea editoriale ben definita.

Il successo fu subito enorme. Nella sua edizione francese conta più di un milione e mezzo di lettori e circa 40000 reporter⁷⁴.

Grazie ad un pubblico così vasto è diventato nel giro di pochissimo tempo il secondo medium francese più citato dopo l'illustrissimo quotidiano nazionale «Le Figaro»⁷⁵.

Risultati del genere hanno subito attirato l'attenzione delle grandi case editrici e delle aziende pubblicitarie. Proprio per questo per evitare possibili derive aziendalistiche e politiche e poter conservare così l'indipendenza, nel 2008 si è costituito come Fondazione Indipendente senza scopo di lucro e riconosciuto di utilità sociale dal Ministero⁷⁶. Infatti, gli unici introiti che riceve AgoraVox per il proprio lavoro, sono quelli derivanti dalle donazioni spontanee dei lettori. Questo permette di evitare in qualsiasi modo possibili pressioni dei gruppi politici o commerciali.

⁷³ *Politica editoriale*, agoravox.it

⁷⁴ <http://it.wikipedia.org/wiki/AgoraVox>

⁷⁵ http://it.wikipedia.org/wiki/Giornalismo_partecipativo

⁷⁶ *Chi siamo*, agoravox.it

Focus sull'Italia: Rai Educational e Youreporter

Anche in Italia non tutti sono rimasti indifferenti o spaventati dal fenomeno del citizen journalism.

Numerosi giornalisti di professione hanno incominciato a partecipare attivamente alla vita del Web e a coinvolgere i citizen journalist nei loro lavori.

La stessa Rai accortasi della nuova tendenza nel mondo del giornalismo decise di creare una piattaforma a disposizione dei cittadini giornalisti curata e gestita da Gianni Minoli, pubblicista e conduttore televisivo⁷⁷.

Nacque infatti nel gennaio del 2008 una grande community online all'indirizzo www.citizenreport.rai.it firmata da Rai Educational e con la collaborazione di TheBlogTV.

Si trattava di una piattaforma dove chiunque poteva caricare foto, articoli e filmati che successivamente sarebbero diventati un programma televisivo innovativo in dieci puntate che avrebbe trattato i temi del periodo considerati più caldi dall'audience, con l'obiettivo di dare voce a chi non ne ha e di raccontare storie che i media tradizionali avrebbero ignorato⁷⁸.

Un'idea sicuramente inedita ma che purtroppo non ha avuto i risultati sperati.

Il progetto infatti, anche a causa di scarsi finanziamenti, ha cessato di esistere dopo solo un anno di attività, il sito eliminato e i contenuti andati perduti.

Il primo esperimento italiano è fallito, sia per gli scarsi risultati di audience ma soprattutto per la poca importanza che è stata attribuita a questo progetto dagli addetti ai lavori che hanno deciso di produrla in un canale come Rai Educational che raggiunge solo una piccola nicchia del pubblico italiano.

⁷⁷ http://it.wikipedia.org/wiki/Giovanni_Minoli

⁷⁸ D. MAZZOTTI, *Il citizen journalism seduce Gianni Minoli*, 20/09/2009, agoravox.it

Una prova inconfutabile che purtroppo in Italia il citizen journalism è stato visto per parecchio tempo più come una minaccia per il giornalismo tradizionale che una risorsa e un'opportunità con cui provare a collaborare.

Ma così come nel resto del mondo il processo non si è assolutamente arrestato. Anche nel nostro paese, se i media tradizionali non danno spazio ai citizen journalist, sono gli stessi a procurarsene del proprio autonomamente. Nascono perciò anche in Italia i primi siti web di aggregazione, degli enormi raccoglitori di foto e video inviati dagli utenti, sulla linea di AgoraVox e OhMyNews.

La più famosa piattaforma di citizen journalism in Italia è in assoluto Youreporter.it.

Nasce nel 2008 da un'idea dei suoi tre fondatori: Luca Bauccio, Stefano de Nicolo e il più famoso Angelo Cimarosti.

L'obiettivo prefissato era quello di rendere gli utenti partecipi del processo informativo mettendo loro a disposizione uno spazio web di facile accesso. Secondo i fondatori infatti, Youtube e le altre piattaforme disponibili erano troppo dispersive, era necessario un aggregatore che desse ordine alla moltitudine di contenuti presenti nel web.

Fu così che per inviare foto e video a Youreporter, basta una semplice e rapida iscrizione.

Il sito si occupa principalmente di avvenimenti nazionali e grazie alla divisione e organizzazione dei canali per regioni di appartenenza rende facilissima per il lettore la scelta delle tematiche che maggiormente lo interessano o che lo riguardano direttamente.

Grazie ad oltre 50 milioni di stream views annuali, il sito viene da tutti considerata la prima e più importante piattaforma italiana di videogiornalismo partecipativo⁷⁹.

Il fine ultimo di Youreporter è quello di ampliare gli orizzonti della comunicazione, moltiplicando i punti di vista e fornendone un ordine chiaro e facilmente interpretabile.

Anche nel caso italiano il successo non è passato inosservato ma, al contrario di AgoraVox in Francia, la piattaforma è stata recentemente acquistata da una delle più grandi compagnie nel panorama dell'editoria italiana: la RCS Media Group. Perdendo così quella dose di autonomia che tanto contraddistingue il citizen journalism⁸⁰.

Infatti, molti colossi dell'editoria italiana, per cercare di recuperare l'audience che pian piano stavano perdendo poiché maggiormente interessata all'informazione prodotta da blog e social network, hanno iniziato un lento e inadeguato processo di digitalizzazione. Lo scopo era quello di arginare il fenomeno del citizen journalism utilizzando le sue stesse armi: Internet.

Ma agli occhi di tutti è rilevato anche da un'inchiesta di «Adweek», nessuno è riuscito fino ad ora ad attuare strategie digitali efficaci⁸¹.

Inoltre, come già abbiamo visto, non è solo il canale di diffusione che rende il citizen journalism così apprezzato ma è soprattutto la visibilità che questo fenomeno fornisce alle notizie e alle correnti di pensiero considerate di secondo piano.

L'unico modo perciò rimasto ai grandi gruppi editoriali per riaffermarsi efficacemente nel mondo dell'informazione è quello di collaborare tramite l'acquisizione con i giornali partecipativi online. Forse finalmente il mondo del

⁷⁹ *Youreporter, il successo italiano del citizen journalism*, 5/03/2014, lsdi.it

⁸⁰ *Youreporter.it arricchisce l'offerta video del Corriere della Sera*, 4/03/2014, rcsmediagroup.it

⁸¹ E. BRAZILIAN, *Consumer magazine market predicted to shed \$1.3B by 2017*, 4/06/2013, adweek.com

giornalismo tradizionale sta incominciando a rendersi conto che il citizen journalism non è un nemico da ostacolare ma una preziosissima risorsa e un possibile alleato che potrebbe aiutare i media tradizionali a rialzarsi dalla crisi che li sta colpendo da ormai parecchi anni.

CAPITOLO IV

NEMICI O POSSIBILI ALLEATI

Il futuro del giornalismo a un bivio

Il mondo del giornalismo, da sempre soggetto a cambiamenti radicali in seguito alle nuove scoperte tecnologiche si trova anche questa volta a dover prendere una decisione tanto difficile quanto importante.

Il continuo miglioramento del citizen journalism comporta una scelta repentina e di fondamentale importanza.

Questa infatti potrebbe comportare o una nuova e gloriosa era del giornalismo mondiale o una rovinosa battaglia tra media in cui qualcuno rischierebbe di uscirne sconfitto.

Il mondo del giornalismo tradizionale è perciò davanti a un bivio: opporsi fermamente al fenomeno del citizen journalism continuando ad affermare la propria autorevolezza e superiorità rispetto al fenomeno nascente, oppure provare un'alleanza per tentare magari di creare una nuova forma di giornalismo collaborativo, fatto di professionisti ma anche di semplici testimoni oculari.

Qualsiasi decisione verrà presa avrà sicuramente delle conseguenze che potrebbero segnare per sempre il mondo dell'informazione.

La visione che si è avuta fino a questo momento dalla maggior parte dei media tradizionali è che il citizen journalism sia un fenomeno da arginare.

I media tradizionali, già in crisi a causa del lento abbandono dell'audience e di conseguenza delle pubblicità, hanno paura che questo nuovo fenomeno, se

stimolato, possa portare all'ormai attesa fine dei giornali cartacei⁸². Da numeroso tempo si aspetta infatti il declino preannunciato prima della carta stampata e poi il superamento degli altri media come radio e televisione. Nonostante ciò questi sono ancora in vita.

La paura più grande è che però Internet sia pronto a sferrare il colpo decisivo⁸³.

Ed è così che, come in tutte le situazioni di crisi la mossa più naturale e spontanea sia quella di chiudersi alle nuove tecnologie.

Ma questo atteggiamento, oltre a non avere i risultati aspettati, rischia di peggiorare ulteriormente ancora la situazione.

La collaborazione potrebbe essere la soluzione a tutti i problemi⁸⁴.

Ma quali sono le motivazioni che mi spingono a pensarla così? Innanzitutto le esperienze passate.

Non sarebbe infatti la prima volta che un cambiamento significativo in ambito sociale e tecnologico rischi di minare il monopolio dei media già esistenti. Con l'avvento della radio e della televisione, la carta stampata fu considerata da tutti sull'orlo del precipizio. Le nuove tecnologie avrebbero dovuto spazzare via i giornali. Ma come sappiamo non fu così.

I quotidiani non attuarono una vera e propria collaborazione con i due nuovi media ma attraverso un'attenta analisi, cercarono per lo più di imitarne le armi vincenti. L'audience cambiava le proprie aspettative e di conseguenza i giornali dovettero modificare il modo di fare informazione. Cambiarono i formati d'impaginazione, aumentarono le immagini, i titoli sensazionalistici ma soprattutto si caricarono di emotività.

⁸² *Il citizen journalism? Bello, importante, ma non è giornalismo. Solo il giornalismo istituzionale può avere affidabilità*, opera citata.

⁸³ E. PEDEMONTE, opera citata.

⁸⁴ G. GOODMAN, J. PETERS, A. PILHOFER & D. SCHEMO, *Il futuro dell'informazione: collaborazione*, 27/04/2012, <http://webtv.festivaldelgiornalismo.com/>

I giornali non ne uscirono rinforzati poiché la crisi fu comunque evidente ma perlomeno riuscirono a limitarne i danni. Contro ogni pronostico i giornali sopravvissero alla nuova ondata tecnologica e nonostante radio e televisione si aggiunsero alla lista dei media maggiormente riconosciuti, riuscirono comunque a ritagliarsi la loro frangia di pubblico.

Già in passato quindi il giornalismo è riuscito a fare di un periodo di crisi lo spunto per rinnovarsi e carpire dalle nuove tecnologie le modifiche necessarie per mantenere il proprio ruolo all'interno del mondo dell'informazione.

Lo stesso più o meno avvenne nei primi anni Novanta. I giornali incominciarono a sperimentare l'idea del giornalismo civico. Questi si accorsero che le nuove scoperte tecnologiche miravano a portare l'audience al centro del processo informativo attraverso la partecipazione. Nacque così l'idea di stimolare il contributo dei lettori con focus di gruppo, sondaggi e commenti alle notizie⁸⁵. Questa nuova forma di giornalismo non ebbe risultati eclatanti ma forse anche perché i tempi non erano ancora maturi. Sicuramente però può essere considerato uno degli antenati del futuro citizen journalism.

Ma non bisogna arrivare in tempi troppo lontani per capire che la collaborazione potrebbe rivelarsi l'arma vincente. Dopo aver analizzato nel capitolo precedente i risultati più che soddisfacenti del giornalismo partecipativo come supporto al giornalismo tradizionale abbiamo anche già numerosi esempi, seppur riguardanti maggiormente il mondo della televisione, che dimostrano come specialmente la collaborazione possa portare a conseguenze ottimali.

Durante la primavera araba infatti, l'emittente Al Jazeera fu la prima a decidere di instaurare un'alleanza con social network e blogger al fine di compensare l'assenza di copertura sui luoghi del conflitto.

In un'intervista al "*Festival del giornalismo di Perugia*", l'ex direttore generale della televisione araba Wadah Kanfar ha riconosciuto nel citizen journalism un

⁸⁵ L.CANALI DE ROSSI (a cura di), opera citata.

ruolo fondamentale per la buona riuscita delle proteste ed è proprio dopo averne ammirato da vicino le enormi potenzialità che ha deciso di fondare lo Sharqforum⁸⁶. Si tratta di una rete internazionale indipendente il cui scopo è quello di sviluppare strategie volte a garantire lo sviluppo politico, la giustizia sociale e la prosperità economica della popolazione di Al-Sharq (regione situata nel Medio Oriente) tramite la promozione degli ideali della partecipazione politica democratica attraverso una cittadinanza informata⁸⁷.

Questo progetto riunisce al proprio interno politici, attivisti, blogger, intellettuali e giornalisti di professione. Tutti mossi dall'idea comune che il monopolio del giornalismo dei centri di potere sia destinato a finire per lasciare il passo a una nuova era dell'informazione che sia muova attorno alle persone, grazie alla collaborazione tra media tradizionali e citizen journalist.

È stata però la CNN ad avere iniziato in maniera solida un'efficace collaborazione con i giornalisti partecipativi.

L'emittente televisiva statunitense può contare su una delle redazioni tra le più grandi del mondo, tale da riuscire quasi ad avere una copertura totale di tutto il globo. Nel 2006 si accorse però che questo non era più sufficiente. Le nuove tecnologie permettevano ad ogni cittadino di essere un potenziale inviato e questa nuova funzionalità poteva essere un'arma in più nelle mani dei giornalisti professionisti.

Fu lanciato così il progetto iReport, un'iniziativa che ha permesso alle persone sparse in tutto il mondo di poter contribuire all'informazione giornalistica tramite l'invio di file multimediali.

L'idea ha avuto un enorme successo e si è trasformata nel marzo del 2008 in www.ireport.cnn.com una vera e propria piattaforma web 2.0 in cui gli utenti

⁸⁶ M.PETRESCU, M. CASTELLANI TARABINI & J. PACIETTI, opera citata.

⁸⁷ www.sharqforum.com

possono pubblicare foto e video in tempo reale come se fossero dei veri e propri reporter⁸⁸.

I cittadini hanno incominciato a sentirsi parte integrante del processo informativo e la CNN ha potuto utilizzare contenuti illimitati e a costo zero. La collaborazione ha portato i propri frutti ad entrambe le parti.

Il punto di apertura per la collaborazione

Il citizen journalism come già precedentemente scritto ha dalla sua numerosi pregi che gli garantiscono già di per se un ruolo primario all'interno del mondo dell'informazione.

Questo fenomeno permette notizie in costante aggiornamento, è ramificato in ogni parte del mondo, nasce come un fenomeno svincolato da ogni pressione politica o idealistica ma soprattutto garantisce emotività e permette la partecipazione attiva del lettore che se non soddisfatto ne può criticare immediatamente i contenuti. Il tutto arricchito dal fatto di essere totalmente gratis, aspetto in cui però i giornali sempre più sommersi da costi elevati, non potranno mai competere.

Bisogna però aggiungere che non è tutto oro ciò che luccica. Il citizen journalism è sicuramente una delle più grandi rivoluzioni nel mondo dell'informazione ma come tutti i fenomeni di recente inizio, alle numerose qualità si aggiungono importanti lacune che devono essere assolutamente colmate per far sì che questo fenomeno assuma i caratteri che merita.

D'altronde la possibilità per chiunque di fare giornalismo non solo crea grande confusione ma è anche responsabile di gravissimi errori e può veicolare la

⁸⁸ G.NIOLA, *Cnn.com punta sul citizen journalism e sul bottom up*, 19/02/2009, webnews.it

circolazione di notizie false dovute sia a una non attendibilità delle fonti sia alla voglia di qualcuno di creare uno scoop anche lì dove non esiste⁸⁹.

Sono proprio queste carenze a permettere anche da parte del citizen journalism un'apertura all'ipotesi di collaborazione con i media tradizionali. Se fosse un fenomeno privo d'inefficienze non avrebbe infatti alcun vantaggio ad aprirsi ai media già esistenti.

Chi meglio dei giornali e media tradizionali, che da sempre sono sinonimo di attendibilità e autorevolezza, può aiutare il citizen journalism a superare questi errori? Nessuno.

È proprio questo punto di miglioramento che rende la collaborazione una possibile arma vincente.

Il riuscire a riunire il pregio principale del citizen journalism cioè la presenza di inviati che producono notizie in tutto il mondo, con quello dei media tradizionali cioè il riconoscere la veridicità delle notizie e il saperle descrivere in maniera efficace permetterebbe la creazione di un'informazione totale, riguardante ogni parte del globo e ogni corrente di pensiero ma con la certezza dell'attendibilità delle notizie e della qualità del servizio. Una sorta di "giornalismo perfetto".

Ma nell'attesa che ciò succeda c'è già chi si è accorto di quest'unico punto debole del giornalismo partecipativo e ne sta provando a cercare una soluzione.

Affinché non vengano pubblicate notizie false o mal riportate, è necessario che venga insegnato ai cittadini reporter come svolgere in maniera adeguata il proprio compito.

Basterebbe infatti un semplice corso di formazione che permetta loro di acquisire, seppur in maniera molto meno qualificata, quella professionalità nel saper filtrare le notizie false e nel saper utilizzare al meglio le tecniche di scrittura che caratterizza i giornalisti di professione.

⁸⁹ D. GALATI, *Cos'è il citizen journalism? Un manifesto programmatico*, 11/02/2014, vociglobali.it

Per questo motivo in Israele un'Organizzazione Non Governativa chiamata “*The Israeli information center of human rights*” meglio conosciuta come B'Tselem, fondata da un gruppo di personalità pubbliche israeliane tra cui avvocati, accademici e giornalisti, ha iniziato un progetto di giornalismo partecipativo, organizzando un corso di formazione per i cittadini giornalisti palestinesi⁹⁰. Un'idea affascinante e sicuramente ben riuscita.

In seguito agli insegnamenti i cittadini sono riusciti a realizzare documentari meravigliosi e allo stesso tempo scioccanti. Materiale differente da quello che si può trovare su Youtube essendoci dietro una formazione tecnica e narrativa che nulla ha da invidiare a quella di chi questo lavoro lo fa di professione.

La B'Tselem è riuscita a riunire tutto ciò che di positivo propone il citizen journalism con le tecniche narrative, descrittive e investigative dei giornalisti tradizionali. Ottenendo inoltre risultati più che positivi.

Ma non è l'unico esempio di corso di formazione per cittadini giornalisti, anche in altre parti del mondo ci si è già accorti che mescolando le doti dell'una e dell'altra forma di giornalismo si può ottenere un prodotto ai limiti della perfezione.

Nell'Est Europa nasce nel 2012 l'*Innovation Lab Kosovo* un progetto che, in collaborazione con Al Jazeera Media Networks propone la formazione dei giovani locali al fine di munirli dei requisiti fondamentali per poter diventare dei cittadini giornalisti di alto livello⁹¹.

Il progetto ha preso il nome di “ *Balkan Center Journalism Training Project* “ e ha coinvolto trenta giovani interessati a migliorare le proprie competenze in ambito comunicativo. Il corso si è svolto in una serie di incontri tra i futuri citizen journalist e giornalisti professionisti che lavorano per l'emittente Al

⁹⁰ www.btselem.org

⁹¹ E. INTRA, *Formazione al citizen journalism nel kosovo e nei balcani*, 5/11/2012, lastampa.it

Jazeera. L'obiettivo delle lezioni era quello di formare i giovani nell'elaborazione notizie, verifica delle fonti e nell'editing di foto e video.

Lo scopo finale del corso era quello di riuscire a fornire ai ragazzi i requisiti fondamentali affinché siano in grado di produrre un articolo o un report multimediale a livello professionale e che, invogliati dalle loro nuove abilità, continuino nel tempo a fornire materiale riguardante le loro comunità da un punto di vista diverso da quello fornito dai media ufficiali⁹².

Si è trattato di un progetto molto importante perché i cittadini furono stimolati a partecipare in modo volontario al processo informativo ma con l'aiuto degli insegnamenti di professionisti nel settore.

Il laboratorio ha avuto ottimi risultati poiché è riuscito a portare fattori positivi sia ai cittadini giornalisti che alle grandi redazioni dei media tradizionali riuscendo così a limare quella sorta di astio che si è venuto a creare nel corso del tempo tra le due forme di giornalismo⁹³.

I citizen journalist hanno potuto usufruire di un'esperienza lavorativa con esperti di livello internazionale, e le grandi redazioni potranno contare in futuro sull'aiuto da parte dei cittadini nella copertura delle zone periferiche del mondo. Entrambi hanno portato acqua al proprio mulino ed entrambi ne sono usciti soddisfatti. Ennesima dimostrazione che la collaborazione può giovare a tutti.

⁹² E. INTRA, *ibidem*.

⁹³ E. INTRA, *ibidem*.

CONCLUSIONI

Dopo aver analizzato le cause iniziali della crisi del giornalismo tradizionale, le caratteristiche principali del nascente citizen journalism ma soprattutto gli esempi di collaborazione che già hanno ottenuto risultati positivi, la soluzione che mi sento di proporre e il futuro che riesco a immaginare è proprio quello basato sulla reciproca assistenza e divisione del lavoro tra giornalismo tradizionale e giornalismo partecipativo.

Lo scopo iniziale del giornalismo era quello di porsi come cane da guardia della buona democrazia attraverso un'informazione giusta, completa e non influenzata dai centri di potere⁹⁴.

Un'informazione efficiente riesce a fornire al popolo la conoscenza necessaria per capire quando qualcosa non funziona ed è arrivato il momento di cambiare. Per questo motivo chi si occupa di fare informazione non dovrebbe essere in alcun modo soggetto a centri di pressione che ne possano influenzare il lavoro.

Il citizen journalism, come abbiamo visto, nasce anche per svolgere quest'antica funzione di garante che il giornalismo tradizionale stava lentamente ma incessantemente perdendo.

Allo stesso tempo però i media tradizionali, grazie alla presenza di giornalisti affermati, preparati e che hanno fatto di una passione un lavoro, sono stati da sempre considerati da tutti come sinonimo di autorevolezza e attendibilità e hanno dalla loro una preparazione inimitabile⁹⁵.

Entrambe le tipologie di giornalismo hanno dei pregi e delle caratteristiche di fondamentale importanza che se unite possono realizzare la più grande forma di giornalismo mai vista prima d'ora.

⁹⁴ L. GORMAN & D. MCLEAN, opera citata

⁹⁵ G. ANSELMINI, opera citata.

È impossibile pensare che una delle due possa farsi da parte o snaturarsi senza privare l'audience del proprio contributo fondamentale.

Se analizzate attentamente ci accorgiamo che entrambe in fin dei conti se unite in un progetto comune potrebbero aver bisogno l'una dell'altra e aiutarsi a vicenda.

I cittadini giornalisti, essendo presenti in ogni parte del mondo, avrebbero il compito di dare voce a chi fino a quel momento non ne ha avuta fornendo così notizie provenienti da ogni dove e da ogni corrente di pensiero, politica, sessuale e religiosa anche se non allineata al pensiero "comune". Inoltre potrebbero raccontare ciò che succede nei luoghi inarrivabili per i media già presenti⁹⁶.

I giornalisti tradizionali invece, dall'alto della loro esperienza e abilità tecnica avrebbero il compito di analizzare le notizie, verificarne l'attendibilità e con l'aggiunta della loro competenza di trasformare immagini e spunti dei citizen journalist in storie interessanti e utili per la collettività.

Un progetto che potrebbe sembrare irrealizzabile ma che se messo in atto potrebbe dar vita a una nuova forma di giornalismo fatta sia di storie narrate da chi le vive direttamente ma anche di qualità attraverso il supporto tecnico di chi del giornalismo, attraverso lo studio e il lavoro sul campo ne ha fatto una professione.

In questo modo i giornalisti tradizionali continuerebbero a raccontare avvenimenti, esporre propri punti di vista ed esperienze mantenendo una posizione di rilievo nel mondo dell'informazione ma questa volta con l'aiuto inesauribile di milioni di cittadini pronti a descrivere e far risaltare le storie che li colpiscono da vicino e di cui l'attenzione pubblica non è a conoscenza.

Solo così facendo il giornalismo potrà evolversi, aprirsi alle nuove tecnologie e tornare a raccontare anche quelle notizie considerate "scomode".

⁹⁶ F. PACI, *Le voci globali che raccontano in diretta la "Primavera Araba"*, 7/04/2011, lastampa.it

Potrebbe essere anche il modo di sdoganare e abbandonare tutti quei luoghi comuni che fanno parte di ogni civiltà, attraverso il racconto di chi viene considerato diverso solo perché pensa o vive diversamente.

Siamo nati tutti sotto lo stesso cielo e tutti abbiamo una storia da raccontare e meritiamo di essere ascoltati.

Tutti ne gioverebbero: la totalità dell'audience potrà finalmente sentirsi ascoltata e i media tradizionali riacquisterebbero quella fiducia del pubblico necessaria per la propria sopravvivenza.

Concludo citando il pensiero di Ugo Vallauri, grande esperto di citizen journalism, che a mio parere riassume in maniera molto esaustiva quale sarà il futuro della professione del giornalista e più in generale anche del mondo dell'informazione:

« ... il giornalista non esce “distrutto” da questo modello di lavoro, soltanto rinnovato. Il suo ruolo rimane centrale nel saper mettere insieme i diversi aspetti, fare le adeguate verifiche, scrivere in modo chiaro, accattivante i propri articoli, ponderare i punti di vista. Ciò che cambia radicalmente è il riconoscere le rinnovate dimensioni dell'arena in cui il processo si compie, e adattarvi. (...) il cambio di “paradigma” richiesto è piuttosto l'apertura alla possibilità di un'interazione vera, influente tra chi scrive e chi abitualmente legge »⁹⁷.

⁹⁷ http://it.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism

BIBLIOGRAFIA

MONOGRAFIE

BOWMAN S. & WILLIS C., *We media. How audiences are shaping the futur of news and information*. The Media Center at the American press Institute, 2003

FORCELLA E., *Millecinquecento lettori: confessioni di un giornalista politico*, Donzelli editore, 2004.

GORMAN L. & MCLEAN D. , *Media e società nel mondo contemporaneo. Una introduzione storica*, il Mulino, Bologna, 2005.

MAISTRELLO S., *Giornali e nuovi media. L'informazione al tempo del citizen journalism*, Apogeo, 2010

PEDEMONTE E. , *Morte e resurrezione dei giornali. Chi li uccide, chi li salverà*, Garzanti, Milano, 2010.

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

RIFERIMENTI GIORNALISTICI

AUDIPRESS, *Indagine sulla lettura dei quotidiani e dei periodici in Italia 2013*, audipress.it, 4/02/2014

BAINBRIDGE L., *Voices of brazil: ninja journalist Bruno Torturra, who runs an alternative press collective*, theguardian.com, 25/01/2014

BRAZILIAN E., *Consumer magazine market predicted to shed \$1.3B by 2017*, *adweek.com*, 4/06/2013

CANALI DE ROSSI L. (a cura di), *Citizen journalism: giornalismo partecipativo e il nuovo modo di fare informazione*, *it.masternewmedia.org*, 13/08/2009

CARTA DEI DOVERI DEL GIORNALISTA, *Documento CNOG-FNSI*, http://www.odg.toscana.it/allegati_news/Doveri%20del%20Giornalista%202012%20bassa.pdf, 8/07/1993

FORNARA P., *“Te la do io la notizia!”*. *Vademecum per il giornalista partecipativo*, *ilsole24ore.com*, 30/01/2014

FREEDOMHOUSE, *Global press freedom ranking 2013*, *freedomhouse.org*

GALATI D., *Cos'è il citizen journalism? Un manifesto programmatico*, *vociglobali.it*, 11/02/2014

GOODMAN G., PETERS J., PILHOFER A. & SCHEMO D., *Il futuro dell'informazione: collaborazione*, *webtv.festivaldelgiornalismo.com*, 27/04/2012

INGRAM M., *Storyfull and the open newsroom: journalism gets better when more people do it*, *gigaom.com*, 1/09/2013

INTRA E., *Formazione al citizen journalism nel kosovo e nei balcani*, *lastampa.it*, 5/11/2012

LAMI L., *Conferenza per il cidias*, 26/11/2010, Torino, Centro congressi Unione Industriali, *francoabruzzo.it*

MARINELLI F., *Come stanno i giornali italiani*, *ilpost.it*, 1/02/2013

MASTELLARINI G., *Il reporter al computer*, golemindispensabile.it, 1/11/2004

MAZOTTE N., *Midia ninja: an alternative journalism phenomenom that emerged from the protests in Brazil*, knightcenter.utexas.edu, 25/07/2013

MAZZOTTI D., *Il citizen journalism seduce Gianni Minoli*, agoravox.it, 20/09/2009

MONTANELLI I. *Ultima lezione giornalismo Università Torino 12 maggio 1997*, lastampa.it, 12/04/09

NIOLA G., *Cnn.com punta sul citizen journalism e sul bottom up*, webnews.it, 19/02/2009

NOTARI M., *Citizen journalism minaccia o opportunità*, dilinger.it, 28/11/2010

PACI F., *Le voci globali che raccontano in diretta la "Primavera Araba"*, lastampa.it, 7/04/2011

PETRESCU M., CASTELLANI TARABINI M. & PACIETTI J., *Intervista a Wadah Khanfar*, intervistato.com, 2/02/2013

PEW RESEARCH CENTER, *State of media 2013*, pewresearch.org

s.a., AGORA VOX, *Chi siamo*, agoravox.it

s.a., AGORA VOX, *Politica editoriale*, agoravox.it

s.a., *Il citizen journalism? Bello, importante, ma non è giornalismo. Solo il giornalismo istituzionale può avere affidabilità*, lsdi.it, 20/04/2014

s.a., *Youreporter.it arricchisce l'offerta video del Corriere della Sera*, rcsmediagroup.it, 4/03/2014

s.a., *Youreporter, il successo italiano del citizen journalism*, lsdi.it, 5/03/2014

SIBILLO S., *Al-Jazeera: la storia della principale emittente satellitare araba*, arabmediareport.it, 8/01/2013

The Founders' Constitution, Volume 5, Amendment I (Speech and Press), Document 8, <http://press-pubs.uchicago.edu/founders>, The University of Chicago Press

VOI V., *Così i cittadini sono diventati cronisti d'assalto*, mattinopadova.geolocal.it, 21/08/2013

SITOGRAFIA

<http://www.borsaitaliana.it>

<http://www.btselem.org>

<http://www.einaudi.it>

<http://it.wikipedia.org>

<http://www.midianinja.org>

<http://www.senato.it>

<http://www.sharqforum.com>

<http://www.storiadellaradio.rai.it>

<http://www.traccani.it>