

**LUISS** 

**Corso di laurea in Scienze Politiche**

Cattedra Sociologia della comunicazione

**La comunicazione giornalistica nell'era  
digitale: l'esempio del giornalismo di inchiesta**

**Prof. Mattia Zunino**

---

RELATORE

**Prof.**

---

CORRELATORE

**Matr. 105282 Raffaello Tossini**

---

CANDIDATO

Anno Accademico **2024/2025**

# **Indice**

## Introduzione

---

### Capitolo I – Il giornalismo come fenomeno comunicativo: prospettiva sociologica

1.1 Classici della sociologia e comunicazione di massa

1.2 Media, potere e opinione pubblica

1.3 L'evoluzione dei media digitali

1.4 Fiducia, governance e sorveglianza nei media digitali

---

### Capitolo II – Il giornalismo nell'era digitale: crisi, trasformazioni e nuove sfide

2.0 Il giornalismo nell'ambiente mediale in trasformazione

2.1 Dal giornalismo di massa al giornalismo personalizzato

2.2 Social media e algoritmi: la nuova logica della visibilità

2.3 Giornalismo partecipativo e citizen journalism

2.4 Le sfide contemporanee del giornalismo

---

### Capitolo III – L'esempio del giornalismo di inchiesta: un focus sull'arresto di Matteo Messina Denaro

3.1 Il giornalismo tra modelli classici e trasformazioni digitali

3.2 Narrazioni giornalistiche a confronto: carta stampata e media digitali

3.3 Dal giornalismo di inchiesta al giornalismo-spettacolo: il caso Baiardo

3.4 Etica, missione e resistenza nel giornalismo contemporaneo

---

## Conclusione

## INTRODUZIONE

Il giornalismo è stato, sin dalle sue origini moderne, una delle istituzioni cardine attraverso cui le società hanno imparato a raccontarsi e a riconoscersi. Non si tratta, come talvolta si sostiene in maniera riduttiva, di un semplice canale neutrale per la trasmissione di informazioni: al contrario, il giornalismo costituisce una pratica sociale e culturale che contribuisce a dare forma alla realtà condivisa, selezionando ciò che merita di essere reso pubblico, determinando le priorità dell'agenda collettiva, stabilendo i criteri di rilevanza e i confini del discorso pubblico. Esso svolge pertanto una funzione politica e simbolica cruciale, che si intreccia con i rapporti di potere, con le dinamiche economiche e con le trasformazioni tecnologiche.

Riflettere sul giornalismo oggi significa confrontarsi con una tensione costante tra continuità e cambiamento. Da un lato, restano valide e imprescindibili le funzioni tradizionali della professione, fondate su valori consolidati quali l'accuratezza delle informazioni, la verifica delle fonti, la responsabilità verso il pubblico e la ricerca di una certa autonomia dai poteri economici e politici. Dall'altro, lo scenario contemporaneo è attraversato da mutamenti profondi, dettati soprattutto dalla rivoluzione digitale e dall'affermazione di un ecosistema comunicativo dominato dalle piattaforme digitali e dalle logiche algoritmiche. La velocità del ciclo informativo, la moltiplicazione delle fonti, la centralità dei social network come canali di informazione hanno trasformato radicalmente la professione, generando nuovi rischi e nuove opportunità.

Per comprendere appieno questa trasformazione è necessario partire dalle teorie della comunicazione, sviluppatesi nel corso del Novecento, che hanno fornito gli strumenti concettuali per interpretare i media. La celebre formula di Harold Lasswell, secondo cui ogni processo comunicativo può essere analizzato in termini di "chi dice cosa, attraverso quale canale, a chi, con quali effetti", costituisce un punto di partenza che, pur nella sua apparente semplicità, ha aperto la strada a un'analisi sistematica dei media. Essa sottolinea come la comunicazione non sia mai un processo spontaneo o

naturale, ma un atto strutturato che produce conseguenze osservabili. In questa direzione si colloca anche il lavoro di Walter Lippmann, che nel suo *Public Opinion* (1922) mise in luce come gli individui non reagiscano direttamente alla realtà, bensì a rappresentazioni mediate di essa, ovvero a “pseudo-ambienti” costruiti attraverso stereotipi e immagini proposte dai media. Ciò conferisce al giornalismo un potere immenso, quello di definire quali aspetti della realtà diventino oggetto di attenzione e quali, invece, vengano relegati nell’invisibilità.

A questi primi approcci si affiancano gli studi di Paul Lazarsfeld ed Elihu Katz, che attraverso la teoria del *two-step flow of communication* dimostrarono come l’influenza dei media fosse spesso mediata da figure di opinion leader, in grado di rielaborare i messaggi e trasmetterli alle reti sociali di riferimento. Questo contributo spostò l’attenzione dal rapporto diretto tra media e masse a una visione più complessa, in cui il giornalismo appare intrecciato con dinamiche sociali e relazionali. Robert K. Merton, a sua volta, con la distinzione tra funzioni manifeste e latenti, evidenziava come i processi comunicativi avessero conseguenze anche non intenzionali: applicata al giornalismo, questa prospettiva mostra come la diffusione di notizie possa produrre effetti collaterali imprevisti, come la legittimazione di stereotipi o la creazione di climi di opinione destinati a influenzare decisioni politiche.

A partire dagli anni Settanta, nuove correnti critiche hanno arricchito e in parte contestato queste prospettive. Stuart Hall, con la teoria dell’*encoding/decoding*, ha mostrato come i messaggi prodotti dai media non siano mai recepiti in modo passivo: essi vengono interpretati dagli individui secondo schemi che dipendono dalle loro condizioni culturali e sociali. Jürgen Habermas, riflettendo sul concetto di “sfera pubblica”, ha descritto il giornalismo come uno spazio potenzialmente democratico ma al contempo minacciato dalle logiche sistemiche e dal potere economico. Pierre Bourdieu, nel suo studio sul campo giornalistico, ha evidenziato la dipendenza della professione da logiche esterne, come la ricerca di audience o la competizione per lo share televisivo, che finiscono per condizionare la qualità dell’informazione. Ancora più radicale è stata la critica di Adorno e Horkheimer, che nella *Dialettica*

*dell'illuminismo* hanno accusato l'industria culturale di trasformare la comunicazione in merce, riducendo l'informazione a intrattenimento e annullandone la capacità critica.

L'insieme di queste prospettive teoriche mostra come il giornalismo non sia mai stato una semplice finestra sulla realtà, bensì un dispositivo sociale che produce significati, costruisce narrazioni e contribuisce alla riproduzione — o alla contestazione — di rapporti di potere. Questa consapevolezza diventa ancora più cruciale nell'era digitale, che ha accentuato i processi di frammentazione e spettacolarizzazione dell'informazione.

Con l'avvento di Internet e dei social network, infatti, il giornalismo ha perso il monopolio della funzione di gatekeeping. Oggi chiunque, attraverso uno smartphone o una connessione a banda larga, può generare contenuti, diffonderli in tempo reale e raggiungere un pubblico potenzialmente globale. Questa democratizzazione dell'accesso ha avuto effetti ambivalenti. Da un lato, ha ampliato la pluralità delle voci, permettendo a soggetti prima marginalizzati di entrare nel dibattito pubblico. Dall'altro, ha indebolito l'autorevolezza del giornalismo professionale, ponendolo in competizione con forme di comunicazione spesso superficiali, non verificate o deliberatamente manipolatorie.

La crisi economica che ha colpito il settore ha ulteriormente aggravato la situazione. La riduzione delle entrate pubblicitarie, dirottate in larga parte verso le grandi piattaforme digitali, ha costretto molte testate a ridimensionare le redazioni, a ridurre gli investimenti nell'inchiesta e ad adottare modelli basati sul clickbait, cioè sulla produzione di contenuti pensati per attrarre rapidamente l'attenzione più che per informare in maniera approfondita. Questo ha generato un paradosso: mai come oggi la società dispone di un numero elevatissimo di informazioni, ma mai come oggi la qualità e l'affidabilità delle notizie sono apparse così incerte.

La dimensione digitale ha anche introdotto nuove forme di pressione sulla professione giornalistica. Gli algoritmi che governano la visibilità dei contenuti su piattaforme come Facebook, X o TikTok influenzano pesantemente ciò che gli utenti vedono e ciò

che resta invisibile. Questo meccanismo, apparentemente neutro, risponde in realtà a logiche economiche che privilegiano ciò che genera interazioni rapide ed emotive, spesso a scapito dell'approfondimento e della complessità. Il giornalismo si trova così a competere in un'arena dominata da logiche che non sono giornalistiche, ma commerciali.

Tuttavia, sarebbe riduttivo considerare il digitale solo come una minaccia. Esso offre anche spazi di innovazione e di sperimentazione. Alcune testate hanno saputo reinventarsi attraverso modelli di abbonamento digitale, crowdfunding o collaborazioni transnazionali. Il giornalismo d'inchiesta ha trovato nuove possibilità grazie all'uso di banche dati digitali, all'analisi dei big data, a reti internazionali di giornalisti che condividono documenti e fonti. In questo senso, la crisi non è solo un segno di declino, ma anche un'occasione di rinnovamento.

È in questo scenario che si colloca il caso di studio scelto come fulcro empirico della tesi: l'arresto di Matteo Messina Denaro, avvenuto il 16 gennaio 2023. Questo evento, atteso per decenni, ha avuto una portata simbolica e mediatica straordinaria, attirando l'attenzione della stampa italiana e internazionale. La sua analisi permette di osservare in concreto le dinamiche di costruzione della notizia: quali frame sono stati scelti, quali narrazioni hanno prevalso, come si è distribuito lo spazio tra il giornalismo d'inchiesta e le logiche di spettacolarizzazione. L'evento ha mostrato chiaramente la tensione tra la necessità di fornire informazioni accurate e contestualizzate e la tendenza a ridurre la complessità a dettagli marginali o a narrazioni emotive, in linea con la logica della serialità televisiva o della soap opera.

Un elemento centrale di questa analisi è rappresentato dall'intervista a Tommaso Ricciardelli, giornalista impegnato sul fronte dell'informazione antimafia. La sua testimonianza offre uno sguardo interno alle difficoltà e alle responsabilità del giornalismo investigativo in Italia, arricchendo il caso di studio con una prospettiva etica e professionale che va al di là della pura osservazione dei contenuti mediali.

La struttura complessiva della tesi riflette questa articolazione. Il primo capitolo presenta il quadro teorico, fondamentale per leggere il giornalismo come pratica

sociale e culturale. Il secondo capitolo analizza le trasformazioni introdotte dal digitale, mostrando come esse abbiano ridisegnato il campo giornalistico. Il terzo capitolo, infine, applica questi strumenti a un caso concreto, permettendo di mettere alla prova le ipotesi e di osservare in atto le dinamiche discusse.

L'obiettivo della ricerca è duplice. Da un lato, si intende offrire un'interpretazione sociologica del giornalismo contemporaneo, che ne sottolinei tanto la funzione costitutiva quanto le fragilità attuali. Dall'altro, si mira a evidenziare, attraverso l'analisi del caso Messina Denaro, i rischi e le opportunità che si aprono per la professione in un'epoca segnata dalla disinformazione, dalla frammentazione e dalla spettacolarizzazione. In questo senso, la tesi non si limita a descrivere una crisi, ma propone una riflessione critica sulla possibilità che il giornalismo, pur trasformato, continui a esercitare la sua funzione democratica di mediazione tra realtà e opinione pubblica.

## **CAPITOLO I: Il giornalismo come fenomeno comunicativo: prospettiva sociologica**

### **1.1 Classici della sociologia e comunicazione di massa**

La comunicazione di massa ha rappresentato, fin dai primi decenni del XX secolo, un terreno di riflessione fondamentale per le scienze sociali. In un'epoca segnata dalla crescente urbanizzazione, dall'espansione della stampa e dalla nascita dei grandi apparati propagandistici, la comprensione dei meccanismi comunicativi divenne centrale per interpretare le dinamiche del potere e dell'opinione pubblica. Studiosi come Harold Lasswell, Walter Lippmann, Paul Lazarsfeld, Elihu Katz e Robert K. Merton, ciascuno con un proprio approccio teorico e metodologico, hanno contribuito in modo determinante alla costruzione di una cornice analitica utile a decifrare i processi comunicativi nella società di massa. Sebbene le loro riflessioni risalgano a un contesto storico specifico, esse continuano a fornire strumenti interpretativi efficaci anche nell'analisi dei media contemporanei, compresi quelli digitali. Questo paragrafo

intende presentare in modo approfondito le principali teorie elaborate da tali autori, mettendone in luce la portata concettuale, l'orizzonte epistemologico e le implicazioni per l'analisi critica della comunicazione.

Uno dei primi tentativi sistematici di analizzare la comunicazione in termini scientifici è rappresentato dal lavoro di Harold Lasswell. Nel suo celebre studio *Propaganda Technique in the World War* (Lasswell, 1927), egli esamina le modalità con cui gli Stati coinvolti nel primo conflitto mondiale hanno impiegato strumenti comunicativi per orientare l'opinione pubblica e consolidare il consenso interno. Egli non si limita a documentare esempi di propaganda efficace, ma propone una griglia interpretativa che si sarebbe rivelata duratura: "Who says what, in which channel, to whom, with what effect". Questa formula, apparentemente semplice, permette di scomporre ogni atto comunicativo nei suoi elementi costitutivi: l'emittente, il contenuto, il mezzo, il destinatario e l'effetto.

La forza del modello lasswelliano risiede nella sua capacità di conciliare approccio descrittivo e prospettiva funzionalista. Lasswell è interessato non solo alla struttura del messaggio, ma anche ai suoi effetti sociali e politici. Secondo l'autore, la propaganda non è un'anomalia del discorso pubblico, bensì un dispositivo ordinario di governo delle masse, soprattutto in tempi di crisi. Essa agisce sulle emozioni, sfrutta simboli condivisi e veicola narrazioni semplici, spesso dicotomiche. Per questo, Lasswell la considera uno strumento di gestione dell'opinione pubblica al pari di altre istituzioni formali. La sua analisi, pur sviluppata in riferimento alla guerra, assume quindi una portata teorica più ampia, ponendo le basi per un'intera tradizione di studi sugli effetti persuasivi della comunicazione. Le implicazioni del modello si estendono anche all'ambito pubblicitario e alla propaganda politica in tempi di pace, dove la costruzione del consenso è meno esplicita ma altrettanto strategica.

Accanto alla prospettiva funzionalista di Lasswell, il lavoro di Walter Lippmann introduce una riflessione più marcatamente cognitiva e critica sulla formazione dell'opinione pubblica. Nel saggio *Public Opinion* (Lippmann, 1922), l'autore parte

dal presupposto che la realtà sociale sia troppo complessa e mutevole per essere conosciuta direttamente dagli individui. Di conseguenza, le persone costruiscono una rappresentazione semplificata del mondo basata su “immagini nella testa”. Queste immagini, che l’autore definisce “stereotipi”, non sono meri pregiudizi, ma strutture cognitive necessarie per orientarsi in una realtà sovraccarica di stimoli.

Lippmann introduce il concetto di “pseudoambiente”: un mondo fittizio costruito attraverso le rappresentazioni fornite dai media. Gli individui agiscono non sulla base di fatti oggettivi, ma in base a questo pseudoambiente che media il loro rapporto con la realtà. La stampa, pertanto, non si limita a informare, ma seleziona, organizza e interpreta i fatti, svolgendo un ruolo centrale nella costruzione della percezione collettiva. Tale visione implica un forte scetticismo sulla capacità del cittadino medio di accedere a una conoscenza autonoma e razionale degli eventi. La democrazia, secondo Lippmann, rischia di fondarsi su opinioni manipolate e distorte se non supportata da un’informazione critica e professionale. Questo aspetto, oggi più che mai attuale, trova eco nelle odierne preoccupazioni per la disinformazione algoritmica, per l’effetto delle bolle informative e per la manipolazione dell’agenda setting da parte delle grandi piattaforme digitali. L’intuizione di Lippmann, dunque, si dimostra anticipatrice di molte dinamiche oggi visibili nella comunicazione online.

Se Lasswell e Lippmann affrontano il tema della comunicazione in termini di influenza e rappresentazione, Paul Lazarsfeld ed Elihu Katz propongono un modello di mediazione sociale che supera sia l’impostazione lineare che quella passiva. Nel loro studio *Personal Influence* (Lazarsfeld e Katz, 1955), elaborano la teoria del “two-step flow of communication”, secondo cui l’informazione non influenza direttamente le masse, ma passa attraverso individui socialmente influenti detti “opinion leader”. Questi ultimi interpretano i messaggi dei media e li trasmettono a loro volta ai membri della propria cerchia sociale. Gli opinion leader svolgono un ruolo cruciale nell’indirizzare le preferenze politiche, le scelte di consumo, le convinzioni morali.

Essi non sono necessariamente figure pubbliche, ma persone comuni dotate di una particolare autorevolezza in specifici contesti sociali.

Il modello dei due livelli di comunicazione rappresenta una svolta metodologica e teorica. Contrariamente all'idea che i media esercitino un'influenza diretta e omogenea, Lazarsfeld e Katz mostrano che la ricezione del messaggio è condizionata dal contesto relazionale. La comunicazione è quindi un processo mediato, in cui le reti sociali svolgono un ruolo determinante nella selezione, interpretazione e diffusione dell'informazione. Questo approccio implica una visione del pubblico non più come massa indifferenziata, ma come insieme di soggetti attivi inseriti in reti di interazione. La teoria del two-step flow ha avuto una vasta eco anche nello studio della comunicazione politica, dove si è osservato come le campagne elettorali facciano largo uso di mediatori locali per rafforzare la fiducia nel messaggio del partito o del candidato.

L'importanza del modello non sta solo nella sua dimensione empirica, ma anche nel riconoscimento del ruolo delle dinamiche micro-sociali nella costruzione dell'influenza. In un certo senso, Lazarsfeld e Katz democratizzano l'analisi della comunicazione: l'opinione pubblica non è semplicemente plasmata dai media, ma co-costruita attraverso relazioni interpersonali. Tale intuizione ha aperto la strada a numerosi studi successivi sulla comunicazione politica, il marketing sociale e l'adozione di innovazioni, sottolineando l'importanza del capitale sociale nella diffusione delle idee. Inoltre, ha influenzato anche le strategie di comunicazione nei social media contemporanei, dove micro-influencer e comunità digitali replicano dinamiche molto simili a quelle osservate nel modello dei due step.

A completare questa cornice teorica si inserisce il contributo di Robert K. Merton, che introduce il concetto di “funzioni manifeste e latenti” all'interno della teoria funzionalista. Secondo Merton (1968), ogni fenomeno sociale ha effetti intenzionali, riconosciuti e dichiarati (funzioni manifeste), ma anche conseguenze non previste o non volute (funzioni latenti). Applicando questa distinzione alla comunicazione di

massa, possiamo osservare che un telegiornale, ad esempio, ha la funzione manifesta di informare il pubblico, ma può avere funzioni latenti come la creazione di un senso di appartenenza, la legittimazione del potere politico o la diffusione di norme culturali. Le funzioni latenti possono essere positive, negative o ambivalenti, ma restano fondamentali per comprendere l'impatto complessivo dei media nella società.

Merton invita dunque a superare un'analisi ingenua dei media, che si limiti a considerare ciò che essi dichiarano di fare. L'attenzione va estesa agli effetti indiretti, sistemici e talvolta controintuitivi della comunicazione. Questo approccio permette di cogliere il ruolo strutturale dei media nella riproduzione dell'ordine sociale, mostrando come essi possano contribuire alla stabilità o al cambiamento anche senza intenzionalità esplicita. In tal senso, le funzioni latenti diventano un potente strumento di analisi critica delle pratiche comunicative, rivelando le dinamiche sotterranee della costruzione del consenso e della naturalizzazione dell'esistente. La visione di Merton si rivela particolarmente utile nell'analisi delle conseguenze sociali dei media digitali, dove gli effetti collaterali – come l'isolamento, l'assuefazione o la radicalizzazione – emergono come fenomeni latenti rispetto alle intenzioni dichiarate dei produttori di contenuti.

In conclusione, i contributi di Lasswell, Lippmann, Lazarsfeld, Katz e Merton delineano una visione articolata e complessa della comunicazione di massa. Essi mostrano che comunicare non significa semplicemente trasmettere informazioni, ma implica sempre un processo di selezione, codifica, interpretazione e reazione che si iscrive in contesti storici, sociali e simbolici. Le loro teorie, nate in un'epoca di forti trasformazioni, offrono ancora oggi una bussola concettuale per orientarsi nella complessità della comunicazione contemporanea, dominata da algoritmi, piattaforme digitali e nuove forme di disinformazione. Studiare questi classici non è dunque un esercizio di archeologia intellettuale, ma un modo per dotarsi di strumenti critici indispensabili alla comprensione del presente.

## **1.2 Media, potere e opinione pubblica**

Il rapporto tra media, potere e opinione pubblica è stato al centro della riflessione di numerosi pensatori critici del Novecento, i quali hanno sottolineato come l'informazione non sia mai un processo neutrale ma sia inscritta all'interno di dinamiche di dominio simbolico, economico e culturale. Le opere di Stuart Hall, Jürgen Habermas, Pierre Bourdieu, Theodor Adorno e Max Horkheimer forniscono strumenti teorici essenziali per comprendere come i media, lungi dal limitarsi a trasmettere contenuti, partecipino attivamente alla costruzione della realtà sociale e alla configurazione dei rapporti di potere. In questo paragrafo verranno analizzati i principali nuclei teorici di ciascun autore, nella convinzione che la loro attualità non sia diminuita con l'evoluzione tecnologica dei mezzi di comunicazione, ma al contrario si sia rafforzata in un ambiente mediale sempre più frammentato, algoritmico e opaco.

Uno dei contributi più rilevanti alla critica della comunicazione mediatica è rappresentato dall'opera di Stuart Hall, in particolare dal suo saggio *Encoding/Decoding* (Hall, 1973). Hall, all'interno della tradizione dei Cultural Studies di Birmingham, rompe con il modello trasmissivo classico della comunicazione, proponendo una visione relazionale e conflittuale del processo comunicativo. Egli sostiene che i messaggi mediali non vengano semplicemente emessi e ricevuti, ma siano sottoposti a un processo di "codifica" da parte dei produttori e successivamente a un processo di "decodifica" da parte dei destinatari. La codifica avviene in un contesto ideologico e produttivo determinato, che influenza il modo in cui il significato viene iscritto nel testo mediale. Tuttavia, il pubblico non è un recettore passivo: la decodifica può essere dominante (in accordo con l'intento del messaggio), negoziata (parzialmente in accordo) o oppositiva (in netto contrasto).

Questo modello decostruisce l'idea di un pubblico omogeneo e passivo, restituendo agency ai destinatari e sottolineando come il significato sia sempre oggetto di contesa. Hall inserisce la comunicazione nel cuore delle lotte per l'egemonia culturale, mostrando come i media siano strumenti di riproduzione delle ideologie dominanti ma anche potenziali spazi di resistenza simbolica. In tal senso, *Encoding/Decoding*

costituisce un punto di svolta nella teoria critica della comunicazione, anticipando molte delle riflessioni odierne sulle pratiche di ricezione differenziata, sulla partecipazione degli utenti e sulle tensioni tra produzione e fruizione dei contenuti digitali.

Complementare a questa riflessione è il lavoro di Jürgen Habermas, che in *Storia e critica dell'opinione pubblica* (Habermas, 1962) ripercorre l'evoluzione storica della sfera pubblica borghese, mostrando come essa abbia subito una progressiva trasformazione da spazio di discussione critica a luogo di consumo passivo di informazioni. Habermas individua nella nascita della stampa periodica, nei salotti letterari e nei club politici del Settecento gli elementi costitutivi di una sfera pubblica razionale, nella quale cittadini privati si riunivano per discutere gli affari pubblici e formare un'opinione pubblica autonoma dal potere statale. Tuttavia, nel corso del XIX e XX secolo, la commercializzazione dei media e la penetrazione del potere economico nella comunicazione hanno determinato una "rifeudalizzazione" della sfera pubblica, riducendola a palcoscenico di rappresentazione simbolica piuttosto che arena di confronto critico.

Habermas denuncia la trasformazione dei cittadini in spettatori e il declino della funzione critica dei media, divenuti strumenti di integrazione sistemica piuttosto che mediatori dell'autonomia comunicativa. La pubblicità, la spettacolarizzazione della politica e la personalizzazione del discorso pubblico ne sono, secondo l'autore, i segni più evidenti. In questa prospettiva, la comunicazione massmediale non è più veicolo di razionalità pubblica, ma parte integrante di una logica sistemica dominata dal capitale e dalla tecnica. La proposta habermasiana di una ristrutturazione della sfera pubblica è fondata sull'ideale della comunicazione non distorta, nella quale gli atti linguistici siano orientati al consenso razionale e non alla manipolazione.

In modo ancora più radicale, Pierre Bourdieu affronta il ruolo dei media nella riproduzione delle disuguaglianze sociali, attribuendo loro una funzione centrale nel consolidamento dell'ordine simbolico. In *Sulla televisione* (Bourdieu, 1996), l'autore

critica la logica del mercato applicata al sistema televisivo, sostenendo che la necessità di attrarre ascolti e pubblicità conduca a una semplificazione dei contenuti, a una deresponsabilizzazione giornalistica e alla spettacolarizzazione del dibattito pubblico. I media, secondo Bourdieu, contribuiscono a costruire una visione del mondo che legittima gli interessi dominanti, escludendo forme di pensiero critico e marginalizzando le voci dissonanti.

Il campo giornalistico è descritto come uno spazio di lotta in cui diversi attori competono per la definizione legittima della realtà, ma in cui le logiche commerciali finiscono per omologare l'offerta informativa. La televisione, in particolare, produce un effetto di censura invisibile: non imponendo direttamente cosa pensare, ma delimitando ciò di cui è legittimo parlare. Bourdieu parla di "pensiero veloce", ovvero della tendenza a privilegiare reazioni immediate, opinioni superficiali e dibattiti costruiti ad hoc per il consumo rapido, a scapito dell'approfondimento. Tale meccanismo contribuisce alla formazione di un'opinione pubblica fragile, esposta alla manipolazione e incapace di articolare giudizi complessi.

Infine, la critica più profonda al ruolo dei media nella società capitalista si trova in *Dialectic of Enlightenment* (Adorno e Horkheimer, 1947). In quest'opera, i due autori coniano il concetto di "industria culturale" per descrivere il modo in cui la produzione mediatica, organizzata secondo logiche industriali, contribuisce alla standardizzazione del gusto, alla reificazione delle relazioni umane e alla perpetuazione dell'ordine dominante. L'industria culturale produce contenuti in serie che, pur presentandosi come intrattenimento, svolgono una funzione ideologica di assuefazione e conformismo. La cultura, una volta espressione della libertà creativa, viene trasformata in merce e integrata nei meccanismi di riproduzione del capitale.

Adorno e Horkheimer vedono nella cultura di massa una forma di dominio particolarmente efficace, poiché non si impone con la forza, ma attraverso il piacere e il consumo. Il soggetto non è costretto, ma sedotto da un sistema che lo priva della capacità critica. Il risultato è un processo di razionalizzazione totalizzante, che elimina

la differenza, neutralizza il dissenso e riduce l'esperienza individuale a schemi predefiniti. La denuncia dell'industria culturale si configura, dunque, come un appello alla resistenza simbolica, alla difesa dell'autonomia estetica e al recupero della potenzialità emancipatrice della cultura.

Complessivamente, i contributi di Hall, Habermas, Bourdieu, Adorno e Horkheimer offrono una mappa critica dei rapporti tra comunicazione e potere. Essi mostrano come i media, lungi dall'essere strumenti neutrali di trasmissione, siano dispositivi ideologici profondamente immersi nelle strutture sociali ed economiche. Attraverso l'analisi delle pratiche di codifica e decodifica, della trasformazione della sfera pubblica, della logica del mercato mediale e della funzione ideologica della cultura di massa, questi autori ci aiutano a comprendere le condizioni di produzione del senso e le possibilità di resistenza simbolica. Il loro pensiero rappresenta una risorsa indispensabile per affrontare criticamente le sfide poste dalla comunicazione contemporanea, tra piattaforme digitali, algoritmi opachi e nuove forme di disuguaglianza simbolica.

### **1.3 L'evoluzione dei media digitali**

Nel corso dell'ultimo trentennio, il panorama mediale ha subito trasformazioni radicali, segnando il passaggio da un ecosistema comunicativo analogico e broadcast a una configurazione profondamente digitale, interattiva e algoritmica. Questo processo di digitalizzazione ha modificato non soltanto le tecnologie e i linguaggi, ma anche le logiche economiche, le pratiche sociali e le dinamiche del potere simbolico. Lungi dal costituire una mera evoluzione tecnica, i media digitali rappresentano una nuova infrastruttura della vita sociale, integrata nei processi cognitivi, relazionali ed economici delle società contemporanee. A partire da questo scenario, numerosi studiosi hanno cercato di comprendere i meccanismi di funzionamento, le condizioni materiali e gli effetti culturali dei media digitali. Tra questi, i contributi di John B. Thompson, Christian Fuchs, Shoshana Zuboff, Davide Bennato e Nick Couldry risultano particolarmente significativi per comprendere le implicazioni sociologiche dell'evoluzione digitale della comunicazione.

John B. Thompson, nel suo fondamentale *The Media and Modernity* (Thompson, 1995), individua nel processo di mediatizzazione un fattore chiave per comprendere la trasformazione della vita sociale moderna. L'autore sottolinea come l'uso crescente dei media di comunicazione abbia trasformato l'organizzazione spaziale e temporale delle relazioni sociali, dando vita a nuove forme di interazione disancorate dalla co-presenza fisica. Thompson afferma che la diffusione dei media digitali, come già avvenuto per quelli di massa, agisce da moltiplicatore della visibilità sociale e da strumento di istituzionalizzazione simbolica. In questo senso, la digitalizzazione non è una frattura rispetto al passato, ma un'accelerazione di dinamiche già in atto nella modernità: separazione tra luogo dell'azione e luogo della ricezione, moltiplicazione delle fonti, frammentazione del pubblico. Tuttavia, i media digitali introducono anche elementi inediti: interattività, personalizzazione algoritmica e convergenza delle funzioni comunicative.

Un'analisi più specificamente critica dell'ambiente digitale è offerta da Christian Fuchs in *Social Media: A Critical Introduction* (Fuchs, 2014). Fuchs propone una lettura marxiana dei social media, considerandoli dispositivi centrali nel nuovo capitalismo digitale. Secondo l'autore, le piattaforme digitali non si limitano a facilitare la comunicazione tra utenti, ma estraggono valore economico dai dati generati dalle attività quotidiane. L'utente, così, non è solo consumatore ma anche forza-lavoro che produce "surplus comportamentale": ogni click, like o interazione contribuisce ad alimentare un ciclo di valorizzazione capitalistica. I social media si configurano quindi come spazi di sfruttamento cognitivo, in cui il tempo libero diventa tempo di produzione. In questo contesto, la promessa di partecipazione democratica e orizzontalità si scontra con una struttura proprietaria fortemente centralizzata, nella quale pochi attori globali (Big Tech) detengono il controllo delle infrastrutture, degli algoritmi e delle condizioni di visibilità.

A questa prospettiva si collega la riflessione di Shoshana Zuboff, che in *The Age of Surveillance Capitalism* (Zuboff, 2019) approfondisce il tema del controllo algoritmico

e della mercificazione dell'esperienza umana. Zuboff introduce il concetto di "capitalismo della sorveglianza" per descrivere un regime economico fondato sulla raccolta sistematica di dati comportamentali a fini predittivi e commerciali. Ciò che distingue questo modello dai precedenti non è solo la scala della sorveglianza, ma la sua capacità di anticipare e indirizzare il comportamento umano attraverso il machine learning. L'esperienza vissuta viene così trasformata in materia prima computazionale: la vita quotidiana diventa un giacimento di dati da esplorare, analizzare e monetizzare. Secondo Zuboff, questo processo produce una nuova forma di potere strumentale, capace di agire sotto il livello della coscienza e dell'intenzionalità, minando le basi stesse dell'autonomia individuale e della libertà democratica.

In chiave più empirica, Davide Bennato, nel suo volume *Sociologia dei media digitali* (Bennato, 2011), analizza le modalità attraverso cui le tecnologie digitali trasformano le pratiche comunicative e le relazioni sociali. Bennato evidenzia come il Web 2.0 e i social network abbiano favorito l'emergere di una cultura partecipativa, nella quale gli utenti non si limitano a ricevere contenuti, ma diventano essi stessi produttori e distributori di informazione. Tuttavia, l'autore mette in guardia contro una visione ingenuamente entusiastica del digitale: la partecipazione non è distribuita in modo equo, ma riflette disuguaglianze culturali e strutturali. Inoltre, la retorica della condivisione spesso maschera dinamiche di controllo, visibilità forzata e auto-sorveglianza. Bennato sottolinea come la logica dei like, la quantificazione sociale e la pressione alla performance contribuiscano a rimodellare l'identità, l'interazione e il riconoscimento sociale in ambito digitale.

Un ulteriore livello di analisi è fornito da Nick Couldry, il quale in *Why Voice Matters* (Couldry, 2010) pone la questione della rappresentanza simbolica e della voce come diritto comunicativo. Couldry denuncia come l'architettura delle piattaforme digitali, lungi dall'amplificare la pluralità delle voci, tenda a ridurre la capacità dei soggetti di partecipare autenticamente allo spazio pubblico. La voce, intesa come espressione significativa e riconosciuta dell'esperienza, viene frammentata, filtrata e subordinata a

logiche di visibilità e rendimento. In un ecosistema comunicativo governato da algoritmi e metriche, non tutte le voci hanno lo stesso peso, e la possibilità di essere ascoltati dipende da criteri opachi, controllati da attori privati. Couldry propone quindi una riflessione etica e politica sulla comunicazione digitale, richiamando l'urgenza di ripensare la cittadinanza mediale e il diritto alla parola nella società della piattaforma.

Un aspetto centrale nell'evoluzione dei media digitali è rappresentato dalla logica algoritmica, che condiziona la visibilità dei contenuti, la personalizzazione delle esperienze medialì e la formazione dell'opinione pubblica. Gli algoritmi operano secondo criteri opachi, determinando quali contenuti vengono mostrati, a chi e quando. Questa selezione automatizzata, apparentemente neutra, ha profonde implicazioni politiche e sociali. Da un lato, favorisce la creazione di ambienti informativi omogenei (le cosiddette "bolle informative"), che rafforzano le convinzioni pregresse e limitano l'esposizione a punti di vista divergenti. Dall'altro, alimenta meccanismi di polarizzazione e radicalizzazione, riducendo lo spazio del dibattito pubblico e accentuando le fratture identitarie. L'ecosistema algoritmico non solo filtra l'informazione, ma modella la percezione stessa della realtà.

All'interno di questo scenario, il concetto di "memoria digitale" acquista una rilevanza crescente. A differenza dei media tradizionali, i contenuti digitali non sono destinati a svanire nel tempo, ma permangono, si accumulano e possono essere richiamati, ricontestualizzati o manipolati. Questa persistenza della memoria crea nuove forme di responsabilità e vulnerabilità, sia per gli individui che per le collettività. L'archiviazione continua di dati personali, opinioni e interazioni modifica il rapporto con il passato e con l'identità, rendendo più difficile il diritto all'oblio, la reinvenzione di sé e la gestione autonoma della propria narrazione biografica. La memoria digitale, quindi, non è solo uno strumento di conservazione, ma un campo di conflitto tra visibilità e controllo, tra trasparenza e sorveglianza.

Complessivamente, le riflessioni di Thompson, Fuchs, Zuboff, Bennato e Couldry convergono nel delineare i tratti di una trasformazione profonda dei media nella

direzione del digitale. Questa trasformazione investe le dimensioni tecniche, simboliche, economiche e politiche della comunicazione. I media digitali non sono semplicemente nuovi strumenti, ma ambienti strutturanti che ridefiniscono l'agire sociale, la costruzione dell'identità, la formazione dell'opinione pubblica e l'organizzazione del potere. Comprendere questa trasformazione richiede un approccio critico e multidisciplinare, capace di cogliere tanto le opportunità quanto le derive di un ecosistema informativo sempre più pervasivo, automatico e asimmetrico.

#### **1.4 Fiducia, governance e sorveglianza nei media digitali**

L'evoluzione dei media digitali ha trasformato in profondità le modalità con cui si struttura la fiducia, si esercita la governance e si implementano pratiche di sorveglianza nell'ambiente informativo contemporaneo. Il passaggio da modelli comunicativi centralizzati a reti digitali interattive ha comportato l'affermazione di nuovi attori, meccanismi e infrastrutture che modificano radicalmente il rapporto tra cittadini, media e potere. I processi di regolazione dell'informazione, le condizioni di legittimità dei contenuti e l'equilibrio tra visibilità e privacy sono diventati ambiti centrali di riflessione per la sociologia dei media. I concetti di governance, sorveglianza e fiducia non solo sono mutati nel lessico accademico, ma anche nella loro funzione sistemica. In questo quadro si inseriscono le riflessioni di autori come David Lyon, Shoshana Zuboff, Nick Couldry, Terry Flew e i rapporti istituzionali promossi dalla Commissione Europea.

Uno dei concetti chiave nella comprensione dei media digitali è quello di "governance". Secondo Terry Flew (2005), la governance digitale non può essere ridotta alla sola regolazione da parte di governi o autorità pubbliche, ma include anche forme ibride di controllo e coordinamento esercitate da attori privati, in particolare le piattaforme digitali. Le logiche di governance nei media contemporanei si strutturano lungo un continuum che va dalla regolazione statale all'autoregolazione aziendale, con la compresenza di organismi multilivello e dinamiche di soft power. Flew sottolinea che la governance delle piattaforme non consiste soltanto nell'imporre regole, ma

nell'infrastrutturare l'esperienza degli utenti attraverso design, algoritmi e condizioni d'uso, determinando ex ante ciò che è visibile, condivisibile o monetizzabile.

A tale configurazione si collega l'analisi proposta da Nick Couldry e Ulises Mejias (2019), secondo cui il sistema digitale contemporaneo si fonda su un'estensione coloniale delle logiche estrattive del capitalismo. I due autori definiscono questo fenomeno "colonialismo dei dati", inteso come appropriazione sistematica delle relazioni sociali umane al fine di trasformarle in valore economico. Tale processo non si limita alla raccolta passiva di dati, ma implica la progettazione di ambienti che incentivano la produzione continua e inconsapevole di informazioni personali. In tal senso, la governance digitale si configura non solo come regolazione del contenuto, ma anche come governo dell'interazione, della traccia e dell'infrastruttura. Le piattaforme non disciplinano soltanto ciò che viene detto, ma anche come e quando viene detto.

Il concetto di sorveglianza, centrale nella riflessione di David Lyon, si è evoluto da fenomeno episodico a condizione culturale diffusa. Lyon (2018) parla infatti di "surveillance culture", intendendo con questa espressione la normalizzazione di pratiche di monitoraggio che coinvolgono direttamente la vita quotidiana delle persone. Nella società digitale, la sorveglianza non è più esercitata solo da istituzioni statali, ma si distribuisce lungo una rete di attori tecnologici che raccolgono, aggregano e analizzano dati attraverso meccanismi invisibili. Tale sorveglianza è spesso legittimata in nome della sicurezza, dell'efficienza o della personalizzazione, ma produce effetti rilevanti in termini di categorizzazione sociale e riduzione dell'autonomia. Lyon insiste sul fatto che la cultura della sorveglianza non è semplicemente un fatto tecnico, ma una dimensione strutturale dell'ambiente sociale contemporaneo.

Una delle forme più pervasive di sorveglianza digitale è quella descritta da Shoshana Zuboff come "capitalismo della sorveglianza". Secondo Zuboff (2019), le aziende digitali hanno istituzionalizzato un nuovo regime economico fondato sull'appropriazione unilaterale dell'esperienza umana, trattata come materia prima

gratuita per la produzione di previsioni comportamentali. La novità di questo modello rispetto ai regimi precedenti consiste nella capacità delle tecnologie digitali di anticipare e modificare i comportamenti individuali. Zuboff descrive un ecosistema in cui ogni azione dell'utente (click, scroll, geolocalizzazione) viene catturata, elaborata e convertita in valore predittivo. Il capitalismo della sorveglianza si configura dunque come un'architettura di estrazione e controllo che agisce sotto il livello della coscienza e che ridefinisce le condizioni della libertà, della privacy e della cittadinanza.

Il legame tra governance e sorveglianza solleva interrogativi importanti anche rispetto al concetto di fiducia. La fiducia, che nella modernità costituiva il fondamento del rapporto tra pubblico, istituzioni e media, appare oggi in crisi di fronte all'opacità degli algoritmi, alla disinformazione e alla personalizzazione dei contenuti. Un'indagine promossa dalla Commissione Europea (2020) ha mostrato come il calo della fiducia nei confronti dei media tradizionali e digitali rappresenti una delle minacce principali alla resilienza democratica. La frammentazione delle fonti, la diffusione di notizie false e la percezione di manipolazione riducono la capacità dei cittadini di orientarsi nel sistema informativo. Inoltre, la crescente dipendenza da fonti algoritmiche non trasparenti contribuisce a rafforzare una dinamica di sfiducia sistemica.

La fiducia nei media digitali non si basa solo sulla veridicità dei contenuti, ma anche sulla percezione di equità nei processi di selezione, visibilità e moderazione. Secondo il rapporto della Commissione Europea (2020), è necessario promuovere forme di accountability delle piattaforme che garantiscano trasparenza negli standard editoriali, accessibilità dei dati e responsabilità nell'uso degli algoritmi. In mancanza di questi elementi, la fiducia si degrada e viene sostituita da comportamenti difensivi, nichilistici o tribalistici, che alimentano la polarizzazione e indeboliscono il tessuto democratico.

In conclusione, i concetti di governance, sorveglianza e fiducia rappresentano tre dimensioni fondamentali per comprendere la trasformazione dei media digitali. Lungi dall'essere indipendenti, tali dimensioni si intrecciano nel definire la struttura di potere che caratterizza l'ecosistema informativo contemporaneo. Attraverso l'analisi dei

contributi di Flew, Couldry, Lyon, Zuboff e della Commissione Europea, emerge un quadro in cui il digitale non solo media l'informazione, ma organizza le condizioni stesse della comunicazione. In tale scenario, comprendere i meccanismi di governo, le pratiche di monitoraggio e le dinamiche di fiducia diventa essenziale per analizzare le configurazioni del potere e i rischi per l'autonomia individuale e collettiva.

## **CAPITOLO II: Il giornalismo nell'era digitale: crisi, trasformazioni e nuove sfide**

### **2.0. Il giornalismo nell'ambiente mediale in trasformazione**

Nel passaggio dal sistema dei media analogici a quello digitale, il giornalismo ha subito una trasformazione radicale non solo nei linguaggi e nei formati, ma nella stessa struttura epistemica, istituzionale e simbolica che ne fondava l'autorevolezza. A partire dalla fine del XX secolo, la convergenza tecnologica, l'ibridazione dei generi, la diffusione dei social media e l'affermarsi di logiche algoritmiche hanno messo in discussione l'impianto novecentesco del giornalismo come pratica professionale autonoma, codificata e socialmente riconosciuta. Questo paragrafo esplora tale mutamento non come un semplice aggiornamento tecnico, ma come una profonda riconfigurazione dell'ambiente mediale, capace di incidere sui modelli di produzione, distribuzione e ricezione dell'informazione.

Già negli anni Novanta, il concetto di ambiente mediale si impone nella letteratura sociologica come chiave interpretativa per leggere il mutamento sistemico della comunicazione. La nozione, mutuata in parte dagli studi di McLuhan e poi rielaborata da autori come Thompson (1995) e Couldry (2004), indica che i media non sono meri strumenti o canali, ma ambienti in cui si organizzano relazioni, significati e forme di potere. In tal senso, parlare di trasformazione del giornalismo nell'ambiente mediale implica un'analisi che non si limita alla descrizione di nuovi dispositivi, ma che indaga le logiche di funzionamento che sottendono il mutamento.

Secondo Castells (2009), la digitalizzazione ha generato una transizione epocale verso quella che definisce *network society*, in cui il potere simbolico si redistribuisce lungo reti decentralizzate di produzione e circolazione dei contenuti. In questo contesto, il giornalismo è chiamato a ridefinire il proprio ruolo: da produttore di verità a mediatore di significati, da garante dell'oggettività a curatore di narrazioni credibili. Il risultato è una perdita di centralità del giornalismo tradizionale, che vede messa in discussione la sua funzione storica di "gatekeeper" dell'informazione (White, 1950; Shoemaker & Vos, 2009).

Tale crisi si manifesta su più livelli. Dal punto di vista economico, il crollo dei modelli di business basati sulla pubblicità e sulla vendita di copie ha reso insostenibile il finanziamento del giornalismo d'inchiesta e del reporting professionale, specie nelle testate locali. Le piattaforme digitali – Google, Meta, Twitter (ora X) – hanno assorbito la maggior parte degli introiti pubblicitari, ridefinendo le regole del gioco in favore di metriche algoritmiche basate su engagement, click e viralità (Napoli, 2019). Dal punto di vista professionale, l'autorità simbolica del giornalista si è indebolita, sostituita da figure ibride come il content creator, il podcaster, il divulgatore informativo. Queste nuove identità comunicative non seguono necessariamente i codici deontologici del giornalismo, ma si muovono entro logiche di auto-branding, reputazione digitale e monetizzazione diretta (Carlson, 2015; Deuze & Witschge, 2018).

Il giornalismo è così passato da istituzione centrale della modernità democratica a campo semi-autonomo, immerso in un ecosistema mediale dominato da algoritmi opachi e regole proprietarie. Come osserva Van Dijck (2019), le piattaforme digitali non si limitano a ospitare contenuti, ma agiscono come attori strutturanti, stabilendo le condizioni di visibilità, condivisione e rilevanza simbolica. L'informazione, in questo quadro, non è più valutata sulla base della sua veridicità o rilevanza pubblica, ma sulla sua capacità di generare attenzione, tempo di permanenza e interazione. Si produce così una logica della *platformization* (Helmond, 2015), in cui il giornalismo deve

adattarsi a un ambiente mediale progettato non per la deliberazione pubblica, ma per la massimizzazione del coinvolgimento.

Questa riconfigurazione si innesta in una più ampia trasformazione del rapporto tra verità, fiducia e visibilità. Nel modello tradizionale, la fiducia nel giornalismo si fondava su una triade di elementi: la verifica dei fatti, la professionalità del reporter e la trasparenza editoriale. Oggi, tale impianto è stato eroso da diversi fattori. In primo luogo, la velocità imposta dal ciclo continuo delle notizie digitali riduce i tempi di verifica, privilegiando la tempestività alla solidità delle fonti (Marwick & Lewis, 2017). In secondo luogo, l'aumento esponenziale dell'offerta informativa ha generato un sovraccarico cognitivo che rende più difficile per il lettore orientarsi e distinguere tra fonti affidabili e contenuti manipolativi. In terzo luogo, la disintermediazione comunicativa ha messo in discussione il ruolo del giornalismo come mediatore neutrale, aprendo la strada a forme di *info-activism*, *opinion journalism* e narrazioni identitarie che sfidano le convenzioni della neutralità oggettiva (Waisbord, 2013).

Nel contesto della disintermediazione, anche il concetto stesso di autorevolezza giornalistica si trasforma. Mentre in passato essa era garantita dalla reputazione delle testate, oggi si costruisce anche attraverso dinamiche bottom-up: like, retweet, menzioni, fidelizzazione delle community. Il giornalista deve saper coltivare una propria *presenza mediale* e una narrazione personale coerente, diventando spesso egli stesso un brand (Molyneux & Holton, 2015). Questo spostamento da una legittimazione verticale a una orizzontale comporta opportunità e rischi: da un lato, consente una maggiore pluralità di voci e percorsi professionali; dall'altro, può esporre il discorso giornalistico a dinamiche populiste, tribaliste o puramente commerciali.

A livello epistemologico, queste trasformazioni comportano una ridefinizione della notizia come categoria culturale. Se nel giornalismo moderno essa era fondata sulla separazione tra fatti e opinioni, rilevanza pubblica e intrattenimento, nel giornalismo digitale tale distinzione si fa più sfumata. La notizia diventa spesso *un'esperienza condivisa* più che un'informazione verificata, un contenuto emozionale e virale

piuttosto che un dato documentato (Hermida, 2012). Questo mutamento è alimentato dalla logica algoritmica, che privilegia la performance emotiva dei contenuti e la loro capacità di attivare l'utente. Si tratta di un passaggio dalla razionalità informativa alla *visibilità emozionale*, in cui la notizia è ciò che appare rilevante perché condiviso, discusso o commentato.

In questo scenario, l'opera di Jenkins (2006) sulla *convergenza culturale* offre un importante contributo per comprendere la natura ibrida del nuovo ecosistema informativo. Jenkins descrive un ambiente in cui i confini tra produzione e consumo, tra media professionali e partecipativi, tra informazione e intrattenimento si fanno porosi. Il giornalismo, lungi dall'essere un territorio autonomo, diventa uno spazio attraversato da logiche diverse e talvolta contraddittorie: la logica della testimonianza individuale convive con quella dell'inchiesta; la viralità può potenziare l'indagine o annacquare i contenuti; l'accessibilità espone a un pubblico vastissimo ma anche volatile e infedele. La convergenza è dunque una condizione strutturale della comunicazione contemporanea, che obbliga il giornalismo a ridefinire le proprie grammatiche operative e i propri criteri di legittimazione.

Un altro concetto chiave per comprendere questa transizione è quello di post-verità, reso popolare dai dibattiti post-2016 (Oxford Dictionaries, 2016). In un contesto di post-verità, il valore di una notizia non è più determinato dalla sua corrispondenza ai fatti, ma dal suo potere mobilitante, dalla sua capacità di rafforzare convinzioni pregresse o identità collettive. L'informazione perde la propria autonomia epistemica e diventa strumento di ingaggio emotivo. Come osserva McIntyre, L. (2019), la post-verità non è solo un problema di disordine informativo, ma un mutamento nella relazione tra conoscenza, verità e potere. Il giornalismo, in questo contesto, è chiamato a ripensare il proprio ruolo: da produttore di verità a mediatore di significati, da garante dell'oggettività a curatore di narrazioni plausibili.

Accanto a queste dinamiche, è opportuno considerare il fenomeno dell'ibridazione dei linguaggi. Il giornalismo digitale sperimenta forme narrative nuove: podcast

investigativi, video documentari su YouTube, longform multimediali, newsletter personalizzate. Queste forme rispondono all'esigenza di coinvolgere pubblici frammentati, attivare l'attenzione in un contesto competitivo e ricostruire un rapporto fiduciario tra testate e lettori (Anderson, Bell & Shirky, 2014). Tuttavia, l'ibridazione pone anche interrogativi sulla sostenibilità del mestiere giornalistico: quali competenze sono oggi richieste? Quali sono i confini tra informazione, marketing e storytelling? Qual è il ruolo dell'inchiesta in un ambiente che premia la brevità e l'immediatezza?

Infine, questa trasformazione ha implicazioni rilevanti per la democrazia. Nel corso del Novecento, il giornalismo ha rappresentato un pilastro nella formazione dell'opinione pubblica, nella funzione di controllo del potere e nella costruzione dello spazio pubblico (Habermas, 1962). La sua crisi, pertanto, non è solo professionale o commerciale, ma politica. L'indebolimento del giornalismo investigativo, la polarizzazione del discorso pubblico, la frammentazione delle fonti e l'erosione della fiducia rappresentano sfide sistemiche alla qualità del dibattito democratico. In tale contesto, il rischio non è solo quello di una disinformazione più diffusa, ma di una progressiva perdita di senso della deliberazione pubblica, sostituita da flussi affettivi, narrazioni antagoniste e disimpegno civico.

Alla luce di queste riflessioni, è possibile concludere che il giornalismo nell'ambiente digitale non rappresenta una semplice variante di quello tradizionale, ma una configurazione del tutto nuova, che esige approcci teorici e pratici innovativi. La sua trasformazione riflette quella dell'intero ecosistema comunicativo: la centralità della piattaforma, la logica algoritmica, la personalizzazione dell'esperienza, la precarietà delle forme professionali, l'ibridazione dei generi. Il capitolo che segue analizzerà tali trasformazioni in modo più analitico, scomponendole in dimensioni distinte: la crisi del giornalismo di massa, il ruolo dei social media e degli algoritmi, l'emergere del citizen journalism e le sfide poste da disordine informativo e sostenibilità economica.

## **2.1. Dal giornalismo di massa al giornalismo personalizzato**

Il passaggio dal giornalismo di massa al giornalismo personalizzato rappresenta uno dei tratti più significativi nella trasformazione dell'ecosistema informativo contemporaneo. Laddove, per gran parte del Novecento, il giornalismo si fondava su un modello "broadcast", centralizzato, verticale e generalista, oggi si assiste a una progressiva frammentazione dell'informazione e a una crescente personalizzazione dell'esperienza mediale. Questo processo, lungi dall'essere unicamente tecnico o stilistico, tocca la struttura profonda dell'agire comunicativo giornalistico, riconfigurandone l'identità epistemologica, il rapporto con il pubblico e le forme di legittimazione simbolica.

Il modello di giornalismo di massa affermatosi nella seconda metà del Novecento si basava su alcuni pilastri consolidati: l'autorità professionale del giornalista, la centralità delle grandi testate generaliste (spesso cartacee o radiotelevisive), la periodicità nella distribuzione delle notizie, la relativa omogeneità dei pubblici destinatari. Questo schema trovava fondamento tanto in condizioni storiche e tecnologiche (la scarsità delle fonti informative, il predominio della stampa e della televisione), quanto in una specifica visione del pubblico come collettività relativamente coesa e disponibile a condividere un'agenda informativa comune. In tale contesto, la produzione delle notizie era prerogativa esclusiva di professionisti accreditati, e l'accesso all'informazione passava attraverso processi istituzionalizzati di selezione, verifica e mediazione (Schudson, 1978).

A partire dagli anni Novanta, questo modello ha iniziato a mostrare segni di crisi, in primo luogo a causa della diffusione delle tecnologie digitali e dell'ingresso di nuovi attori nello spazio dell'informazione. L'avvento di Internet ha moltiplicato esponenzialmente le fonti, accelerato la circolazione dei contenuti, disintermediato i rapporti tra produttori e fruitori, e reso possibile un consumo informativo asincrono, frammentato e personalizzato. La logica del "mass media" ha ceduto progressivamente il passo a quella del "my media": non più una comunicazione rivolta indistintamente a

tutti, ma una comunicazione sempre più tarata su interessi, preferenze e abitudini individuali (Thurman & Schifferes, 2012).

La personalizzazione dell'informazione si manifesta oggi su più livelli. In primo luogo, a livello editoriale, le testate giornalistiche hanno iniziato a segmentare i propri contenuti in base a target di pubblico differenziati, offrendo newsletter tematiche, feed personalizzati, app per la lettura selettiva delle notizie. In secondo luogo, a livello algoritmico, le piattaforme digitali come Facebook, Google News, X e TikTok operano una selezione automatizzata dei contenuti da mostrare agli utenti, sulla base di comportamenti precedenti, interazioni sociali e dati demografici. In terzo luogo, a livello narrativo, molti giornalisti adottano oggi uno stile più confidenziale, soggettivo, empatico, volto a instaurare una relazione diretta con il lettore, il follower, la community (Molyneux & Holton, 2015).

Questa transizione comporta una profonda ristrutturazione del rapporto tra media e pubblico. Nel modello di massa, il pubblico era un'entità statistica, astratta, pensata come una massa uniforme da raggiungere con messaggi standardizzati. Nella configurazione personalizzata, il pubblico si scompone in nicchie, micro-pubblici, bolle identitarie. Ogni lettore riceve un flusso informativo differente, calibrato su preferenze espresse o implicite, in un ambiente informativo in cui la differenziazione ha sostituito l'universalismo. Come osservano Stroud (2011) e Pariser (2011), questa dinamica può produrre effetti ambivalenti: da un lato, soddisfa esigenze informative specifiche e migliora la rilevanza percepita dei contenuti; dall'altro, può alimentare polarizzazione, chiusura cognitiva e frammentazione del discorso pubblico.

La crisi del giornalismo di massa è legata anche alla perdita di fiducia nei confronti delle istituzioni mediatiche. Come mostrano numerosi studi (Newman et al., 2023), la fiducia nei media tradizionali è in costante declino in molte democrazie occidentali. Le ragioni di questo calo sono molteplici: la percezione di una eccessiva politicizzazione dei contenuti, la sensazione di distanza tra élite giornalistica e cittadini comuni, la concorrenza di narrazioni alternative offerte da blog, social media e canali non istituzionali. In questo contesto, la personalizzazione dell'informazione appare come

una risposta alla crisi di credibilità del modello broadcast: offrire notizie “su misura” può sembrare un modo per recuperare vicinanza, rilevanza e fiducia.

Tuttavia, questa strategia presenta rischi significativi. In primo luogo, la personalizzazione algoritmica tende a rafforzare le convinzioni pregresse degli utenti, esponendoli prevalentemente a contenuti consonanti con le loro opinioni e isolandoli da prospettive alternative. Si crea così un effetto di *echo chamber*, in cui le informazioni dissonanti vengono filtrate, ignorate o scredate (Sunstein, 2001; Bakshy et al., 2015). In secondo luogo, la logica della profilazione spinge le piattaforme e, indirettamente, anche i produttori di contenuti, a privilegiare contenuti emotivamente coinvolgenti, polarizzanti, sensazionalistici, a scapito dell’analisi approfondita e della complessità. Il giornalismo, per sopravvivere in questo ambiente, è indotto ad adattarsi a tali logiche, rischiando di sacrificare i propri principi deontologici e la propria funzione critica.

Il fenomeno della filter bubble, teorizzato da Pariser (2011), rappresenta un ulteriore elemento critico in questo scenario. Secondo l’autore, gli algoritmi che determinano cosa vediamo online ci espongono sistematicamente a una versione filtrata della realtà, costruita sulla base delle nostre preferenze precedenti. Questo produce una visione del mondo autoreferenziale, in cui i contenuti sfidanti o divergenti vengono esclusi dal nostro orizzonte informativo. Nel contesto giornalistico, ciò implica che il cittadino-internauta riceve un’informazione che non è più pluralista ma confermativa, con implicazioni evidenti per la qualità del dibattito democratico.

Accanto alla personalizzazione algoritmica, si afferma anche una personalizzazione discorsiva e professionale del giornalismo. I giornalisti, in particolare quelli attivi online, costruiscono una relazione diretta con il proprio pubblico, utilizzando i social media per condividere contenuti, commenti, riflessioni personali. Si assiste così all’emergere di figure ibride, a metà tra giornalisti, attivisti e influencer, che operano spesso in modo autonomo, senza una testata di riferimento, ma con una forte identità mediale e una community fidelizzata (Chadwick, 2013). Questo modello rompe con la verticalità del giornalismo tradizionale e promuove una logica di *peer communication*,

in cui l'autorità si costruisce dal basso, attraverso la reputazione, l'interazione e il capitale relazionale.

La transizione verso il giornalismo personalizzato comporta anche una modifica delle metriche di successo. Nel modello broadcast, il valore di una notizia era determinato da criteri editoriali interni (rilevanza pubblica, qualità delle fonti, equilibrio), oggi è spesso valutato in base a parametri esterni come il numero di visualizzazioni, condivisioni, commenti, tempo di permanenza. Come osserva Napoli (2011), si passa da una logica editoriale a una logica dell'audience analytics, in cui la performance dei contenuti è monitorata in tempo reale e orienta le scelte redazionali. Questo spostamento ha implicazioni profonde per l'identità professionale del giornalista, che si trova a dover bilanciare valori tradizionali (veridicità, rilevanza, autonomia) con esigenze di visibilità, monetizzazione e branding personale.

Nel contesto italiano, queste trasformazioni si manifestano con caratteristiche specifiche. Il sistema mediatico nazionale, storicamente segnato da un forte legame tra media e politica, mostra oggi una crescente apertura verso forme di giornalismo personalizzato, spesso veicolate attraverso canali alternativi (podcast, blog, Substack). La crisi dell'editoria tradizionale, acuita dalla precarizzazione del lavoro giornalistico e dal calo delle vendite cartacee, ha spinto molti professionisti a reinventarsi come imprenditori di sé stessi, sperimentando modelli di finanziamento basati su crowdfunding, abbonamenti diretti, sponsorizzazioni selettive. In questo quadro, la personalizzazione non è solo un'esigenza tecnologica, ma una condizione di sopravvivenza.

La personalizzazione, tuttavia, non va intesa unicamente come minaccia. Essa apre anche spazi di innovazione democratica, offrendo la possibilità di costruire un rapporto più empatico, reattivo e partecipativo tra giornalista e lettore. Esperimenti come quelli del *solutions journalism*, del *slow journalism* o delle piattaforme di giornalismo collaborativo (come De Correspondent o ProPublica) mostrano che è possibile coniugare attenzione all'utente e profondità informativa, coinvolgimento personale e rigore professionale. La sfida consiste nel dar vita a un giornalismo personalizzato che

sia relazionale e non autoreferenziale; che non banalizzi la complessità, ma la renda accessibile.

In conclusione, il passaggio dal giornalismo di massa al giornalismo personalizzato rappresenta una trasformazione sistemica, che riguarda non solo la forma, ma la sostanza dell'informazione. Esso implica un cambiamento nei modelli di produzione, nei criteri di legittimazione, nelle metriche di valore e nelle relazioni tra attori. Lungi dall'essere una transizione lineare o univoca, si tratta di un processo ambivalente, che presenta opportunità di democratizzazione e rischi di frammentazione, potenzialità di innovazione e pericoli di polarizzazione. Analizzare tale transizione richiede uno sguardo critico e multidisciplinare, capace di cogliere tanto le spinte centripete verso la personalizzazione quanto le esigenze centrali di coesione, verità e responsabilità che restano imprescindibili in una democrazia pluralista.

## **2.2. Social media e algoritmi: la nuova logica della visibilità**

Nel contesto dell'ecosistema informativo digitale, i social media e gli algoritmi hanno assunto un ruolo sempre più determinante nel definire le logiche della visibilità. Se il giornalismo tradizionale era fondato su criteri editoriali, processi deliberativi e una selezione guidata da valori professionali, la comunicazione contemporanea si basa in larga parte su sistemi automatizzati che operano secondo logiche opache e performative. Tali trasformazioni hanno profonde implicazioni sul modo in cui l'informazione viene prodotta, distribuita, recepita e legittimata nello spazio pubblico. Questo paragrafo analizza le conseguenze dell'affermazione delle piattaforme sociali e dell'algoritmizzazione della visibilità sull'identità del giornalismo, sulla configurazione del discorso pubblico e sulla qualità democratica dell'informazione.

L'emergere dei social media come principale canale di accesso alle notizie rappresenta uno dei cambiamenti più radicali nell'ambito della comunicazione pubblica. Secondo il Reuters Institute (Newman et al., 2023), una parte significativa della popolazione mondiale – in particolare giovani e utenti digitali – accede alle notizie principalmente attraverso piattaforme come Facebook, X, Instagram, TikTok e YouTube. Queste

piattaforme, tuttavia, non si limitano a fungere da vettori neutri di trasmissione dell'informazione, ma svolgono una funzione attiva nella selezione, gerarchizzazione e distribuzione dei contenuti, guidata da algoritmi di raccomandazione personalizzata. Il risultato è un ambiente comunicativo in cui la visibilità non è più determinata da criteri giornalistici tradizionali – come la rilevanza pubblica, la verifica delle fonti o l'interesse collettivo – ma da metriche algoritmiche orientate all'engagement, alla permanenza e alla reazione emotiva.

Uno degli effetti più discussi di questa logica è la creazione di filter bubble: ambienti informativi personalizzati in cui l'utente viene esposto prevalentemente a contenuti conformi alle proprie preferenze pregresse, rafforzando convinzioni esistenti e limitando l'esposizione a punti di vista divergenti (Pariser, 2011). Gli algoritmi, apprendendo dai comportamenti passati dell'utente – click, like, condivisioni, tempo speso sui contenuti – costruiscono un flusso informativo su misura che tende a confermare, piuttosto che sfidare, le opinioni individuali. Questo processo, apparentemente innocuo, ha implicazioni profonde per la formazione dell'opinione pubblica e per la funzione critica del giornalismo. In un ambiente dominato dai filtri personalizzati, il confronto con l'altro, con il diverso, con il contraddittorio si indebolisce, compromettendo la dimensione deliberativa del discorso democratico (Sunstein, 2001).

Accanto al concetto di bolla filtrata, la letteratura ha introdotto quello di echo chamber, ovvero ambienti discorsivi chiusi in cui le informazioni e le opinioni circolano all'interno di comunità omogenee, rafforzandosi a vicenda e riducendo la possibilità di confronto critico (Jamieson & Cappella, 2008). Le echo chambers sono spesso alimentate da dinamiche sociali oltre che algoritmiche: gli utenti tendono a seguire, leggere e interagire con persone che condividono le loro visioni del mondo, costruendo reti affettive e ideologiche che sostengono una narrazione coerente e rassicurante. In tale contesto, il giornalismo rischia di perdere la propria capacità di fare da ponte tra gruppi diversi, assumendo invece il ruolo di amplificatore delle divisioni o, peggio, di attore partigiano nella battaglia per l'attenzione.

Il problema si complica ulteriormente con l'introduzione del microtargeting, ovvero la possibilità di indirizzare contenuti specifici a segmenti molto ristretti della popolazione, sulla base di dati demografici, comportamentali e psicografici. Questa tecnica, utilizzata inizialmente per fini commerciali, è stata rapidamente adottata anche in ambito politico e informativo, come dimostrano i casi delle elezioni presidenziali statunitensi del 2016 o del referendum sulla Brexit. Il microtargeting consente di inviare messaggi diversi a pubblici diversi, spesso in maniera non trasparente, sfuggendo al controllo pubblico e giornalistico. In tal modo, si produce una frammentazione radicale dell'arena pubblica, in cui ogni cittadino vive in una propria realtà mediatica parziale, costruita su misura, ma disancorata da una base condivisa di fatti (Tufekci, 2015).

L'impatto di queste dinamiche sul giornalismo è duplice. Da un lato, le testate si trovano costrette ad adattarsi alle logiche delle piattaforme per garantirsi visibilità e sostenibilità economica. Ciò comporta spesso una ridefinizione delle priorità editoriali, con un'enfasi crescente su titoli accattivanti, contenuti emozionali, formati brevi e facilmente condivisibili. La ricerca dell'engagement diventa un imperativo che può entrare in tensione con la missione originaria del giornalismo: informare, contestualizzare, controllare il potere. Dall'altro lato, i giornalisti si trovano a operare in un ambiente informativo opaco, in cui le regole che determinano la circolazione dei contenuti sono decise da algoritmi proprietari, spesso non accessibili né comprensibili nemmeno a chi ne subisce gli effetti (Gillespie, 2014).

Tale opacità solleva interrogativi cruciali in termini di trasparenza, accountability e autonomia professionale. Come può il giornalismo esercitare la sua funzione di watchdog in un contesto in cui non è chiaro quali contenuti raggiungano quali pubblici e perché? Come può il cittadino valutare la qualità e la pluralità dell'informazione se i criteri di selezione sono invisibili e mutevoli? La crescente platformization della comunicazione implica che non siano più i giornalisti a decidere cosa debba essere reso visibile, ma le piattaforme, i loro ingegneri, i loro algoritmi, i loro modelli di business (Van Dijck, Poell & de Waal, 2018)

In questa configurazione, il potere di visibilità diventa una nuova forma di potere simbolico. Chi controlla gli algoritmi controlla l'accesso all'informazione, la definizione della rilevanza, la struttura del dibattito pubblico. Tale potere, benché formalmente neutro, produce effetti selettivi molto concreti: alcuni contenuti vengono premiati, altri penalizzati; alcune fonti guadagnano autorevolezza, altre vengono marginalizzate. Gli algoritmi non sono strumenti oggettivi, ma costrutti sociali, progettati per ottimizzare obiettivi specifici – spesso legati al profitto – e quindi portatori di una visione implicita della realtà (Beer, 2017).

Il giornalismo si trova dunque a confrontarsi con un ambiente algoritmico che sfida le sue pratiche consolidate. In passato, la selezione delle notizie era affidata a criteri professionali e umani – il news judgment, l'esperienza del redattore, il contesto editoriale. Oggi, la notiziabilità è spesso decisa da metriche computazionali: click-through rate, dwell time, sentiment analysis. Alcune testate hanno adottato sistemi automatizzati per decidere quali articoli promuovere, a che ora pubblicarli, a chi mostrarli. In questo modo, la produzione giornalistica diventa sempre più data-driven, e il rischio è quello di una *editorializzazione algoritmica* in cui la linea editoriale si piega alla logica della performance.

L'editorializzazione algoritmica ha effetti anche sulla forma della notizia. Le testate adattano titoli, immagini e formati per massimizzare la visibilità nei feed sociali, spesso ricorrendo a tecniche di clickbait o a formule standardizzate. Il contenuto diventa un pretesto per l'interazione, e la profondità lascia il posto alla velocità. Alcuni studiosi parlano di *churnalism*, ovvero la produzione automatizzata o semi-automatizzata di contenuti che si limitano a riciclare materiale esistente senza un reale lavoro investigativo (Davies, 2009). Il giornalismo rischia così di diventare ancillare rispetto alle piattaforme, adattandosi passivamente a un sistema che ne mina le basi epistemologiche.

Tuttavia, non tutti gli effetti della logica algoritmica sono negativi. In alcuni casi, l'uso intelligente degli strumenti digitali ha consentito forme di innovazione nella narrazione giornalistica. Le redazioni che sanno leggere i dati non come vincoli, ma come risorse,

possono sperimentare nuovi formati, migliorare il targeting, coinvolgere pubblici trascurati. Progetti di data journalism, fact-checking automatizzato, storytelling interattivo mostrano che è possibile coniugare rigore informativo e sperimentazione tecnologica, a patto che resti chiaro il fine: servire l'interesse pubblico, non compiacere gli algoritmi (Anderson, 2011).

Un'altra risposta promettente è rappresentata dal giornalismo algoritmico critico, ovvero l'insieme di pratiche giornalistiche che analizzano e svelano il funzionamento degli algoritmi stessi. Inchieste su come Google organizza le ricerche, su come Facebook modera i contenuti, su come TikTok promuove certi video e ne oscura altri, contribuiscono a riportare l'opacità algoritmica all'interno del discorso pubblico. Questo tipo di giornalismo – spesso complesso, tecnico, poco virale – è però fondamentale per difendere la trasparenza informativa e per riaffermare il ruolo del giornalismo come *watchdog* dei poteri emergenti.

In conclusione, l'ascesa dei social media e degli algoritmi ha trasformato la logica della visibilità in modo radicale. Da sistema editoriale basato su criteri professionali, il giornalismo si trova oggi immerso in un ecosistema digitale in cui la selezione dei contenuti è delegata a macchine opache, orientate alla massimizzazione del coinvolgimento. Le conseguenze di questa trasformazione sono profonde: polarizzazione, disinformazione, perdita di fiducia, ridefinizione delle metriche di valore. Ma accanto ai rischi, esistono anche spazi di resistenza e di innovazione. La sfida per il giornalismo contemporaneo è quella di riappropriarsi della propria autonomia epistemica, di ricostruire un rapporto fiduciario con il pubblico, e di saper abitare l'ambiente algoritmico senza esserne succube. Per farlo, è necessario un nuovo patto tra tecnologia e democrazia, in cui gli algoritmi siano strumenti al servizio dell'informazione, e non viceversa.

### **2.3. Giornalismo partecipativo e citizen journalism**

Il fenomeno del giornalismo partecipativo – spesso denominato anche *citizen journalism* – rappresenta una delle più significative innovazioni nell'ambito della

produzione informativa contemporanea. Il passaggio da un sistema mediale verticale e centralizzato a un ecosistema digitale interattivo ha progressivamente infranto i confini tra produzione e consumo, professionalità e dilettantismo, autorità e orizzontalità. In questo quadro, il giornalismo partecipativo si è affermato come espressione della più ampia trasformazione del cittadino da semplice fruitore a prosumer dell'informazione, vale a dire produttore e consumatore insieme (Toffler, 1980). Tale mutamento, per quanto animato da una retorica democratica ed emancipativa, comporta anche ambivalenze, contraddizioni e rischi che meritano una riflessione approfondita.

La nascita del citizen journalism viene spesso associata alla diffusione su larga scala delle tecnologie digitali a basso costo, come smartphone con videocamera, software gratuiti di editing e piattaforme di pubblicazione accessibili. Già a partire dagli anni 2000, eventi come l'attacco alle Torri Gemelle, lo tsunami nel Sud-Est asiatico del 2004 o gli attentati alla metropolitana di Londra del 2005 hanno mostrato il potenziale informativo di testimoni oculari non professionisti che hanno documentato in tempo reale, attraverso blog, forum e video amatoriali, eventi che le redazioni tradizionali non erano in grado di coprire con la medesima tempestività. Come osserva Allan (2009), in tali circostanze, il giornalismo dei cittadini non si limita a integrare quello professionale, ma ne assume temporaneamente la funzione primaria, rivelandone al contempo i limiti strutturali.

Il *citizen journalism* si afferma dunque come risposta alla crisi di legittimità del giornalismo mainstream, accusato da alcuni di essere distante dai bisogni reali della società, troppo legato a interessi economici o politici, e incapace di rappresentare adeguatamente la pluralità delle esperienze sociali. In tal senso, il giornalismo partecipativo viene spesso presentato come un'istanza di democratizzazione dell'informazione, un tentativo di restituire la parola ai cittadini e di ampliare lo spettro delle voci presenti nello spazio pubblico (Gillmor, 2004). La logica sottesa è quella del *bottom-up journalism*: un giornalismo che nasce dalla base, che si radica nei territori,

nelle comunità, nei margini, e che si oppone, almeno in teoria, alla verticalità e alla gerarchia dell'informazione tradizionale.

Tuttavia, è necessario evitare letture semplicistiche e celebrative del fenomeno. Come sottolineano Deuze, Bruns e Neuberger (2007), non esiste una sola forma di citizen journalism, ma una molteplicità di pratiche, che spaziano da contributi occasionali e spontanei a progetti editoriali collettivi strutturati, da iniziative individuali a esperienze coordinate da organizzazioni civiche o ONG. Questa eterogeneità impone di interrogarsi sulla qualità, attendibilità e finalità dell'informazione prodotta: non tutto ciò che è partecipativo è necessariamente utile, veritiero o democratico.

Inoltre, la figura del *citizen journalist* solleva interrogativi rilevanti rispetto alla professionalità giornalistica. Il giornalismo, inteso come campo autonomo (Bourdieu, 2005), si fonda su un insieme di codici deontologici, pratiche condivise, forme di accountability, competenze tecniche e criteri etici che ne definiscono l'identità e la funzione sociale. Il citizen journalism, in quanto pratica aperta e fluida, spesso non si riconosce in tali codificazioni, né vi aderisce sistematicamente. Ciò può produrre, da un lato, una liberazione dai vincoli istituzionali e un ampliamento del discorso pubblico; dall'altro, una deregolamentazione che espone l'informazione a rischi di manipolazione, superficialità e strumentalizzazione.

Un aspetto particolarmente critico riguarda il tema della verifica delle fonti. Mentre i giornalisti professionisti operano secondo principi di accuratezza, equilibrio e triangolazione delle informazioni, i cittadini che partecipano alla produzione informativa spesso non dispongono di strumenti, tempo o formazione per effettuare controlli adeguati. Questo apre la strada alla diffusione di notizie false, incomplete o decontestualizzate, alimentando un clima di sfiducia e confusione. In tal senso, il citizen journalism può diventare – suo malgrado – vettore di disinformazione involontaria, laddove manca una mediazione professionale o una cultura della responsabilità informativa (Karlsson, Clerwall & Nord, 2017).

Accanto ai problemi di accuratezza, si pongono anche questioni di visibilità e riconoscimento. In un ambiente digitale dominato dalle logiche algoritmiche, non tutte

le voci hanno la stessa possibilità di emergere. Il fatto che chiunque possa pubblicare un contenuto non implica che esso venga letto, condiviso o valorizzato. La *platformization* dell'informazione, infatti, tende a premiare contenuti sensazionalistici, polarizzati, emozionali, a scapito di quelli riflessivi, locali o complessi (Napoli, 2019). Questo significa che molte esperienze autentiche di giornalismo civico restano invisibili, mentre altre, più accattivanti ma meno affidabili, raggiungono un pubblico vasto. La partecipazione, in altri termini, è condizionata da meccanismi di selezione algoritmica che possono rafforzare disuguaglianze preesistenti anziché ridurle.

Tuttavia, nonostante tali limiti, il giornalismo partecipativo ha aperto spazi significativi di innovazione e inclusione. In molte aree geografiche o tematiche trascurate dai media tradizionali – periferie urbane, zone di conflitto, comunità indigene, movimenti sociali – i citizen journalist sono stati in grado di documentare realtà altrimenti ignorate, fornendo materiali preziosi per la ricerca, il dibattito pubblico e la mobilitazione civica (Atton, 2003). In alcuni casi, le loro testimonianze hanno contribuito a denunciare violazioni di diritti, a smascherare narrazioni ufficiali distorte o a promuovere azioni collettive di cambiamento. Il valore democratico del citizen journalism si misura allora nella sua capacità di diversificare la sfera pubblica, ampliando l'accesso alla parola e moltiplicando i punti di vista.

Un altro ambito in cui il giornalismo partecipativo ha mostrato il proprio potenziale è quello della copertura in tempo reale di eventi di crisi. In occasione di manifestazioni, rivolte, disastri naturali o attentati, le prime immagini e notizie provengono spesso da cittadini sul posto, armati di smartphone e account social. Questa immediatezza, se accompagnata da una verifica successiva, può arricchire il lavoro delle redazioni professionali e offrire un mosaico informativo più articolato. Alcune testate giornalistiche, consapevoli di ciò, hanno sviluppato strategie di integrazione tra giornalismo professionale e contenuti generati dagli utenti, creando redazioni *social*, piattaforme di fact-checking collaborativo e strumenti per la gestione delle segnalazioni dal basso.

In questo senso, si parla oggi di giornalismo ibrido, in cui la distinzione netta tra professionisti e cittadini perde significato a favore di una cooperazione plurale. Come suggeriscono Bruns e Highfield (2012), il citizen journalism non deve necessariamente sostituire quello professionale, ma può interagire con esso in modo costruttivo, generando nuove forme di partecipazione, accountability e arricchimento del racconto giornalistico. Le esperienze di *crowdsourcing*, le inchieste collaborative, i progetti di giornalismo partecipativo locale rappresentano esempi positivi di questa possibile sinergia.

Tuttavia, affinché tale integrazione sia efficace, è necessario superare tanto il paternalismo delle redazioni quanto l'ingenuità della retorica partecipativa. Il giornalismo del futuro dovrà essere inclusivo ma esigente, aperto ma rigoroso, orizzontale ma responsabile. Ciò implica investimenti in educazione mediatica, formazione alla cittadinanza digitale, sviluppo di piattaforme trasparenti e accessibili, e – soprattutto – un ripensamento della relazione tra giornalisti e pubblico, fondata non più sull'autorità verticale, ma sulla fiducia reciproca e sulla condivisione dei valori democratici dell'informazione.

In conclusione, il giornalismo partecipativo rappresenta una delle frontiere più dinamiche, ambivalenti e discusse della trasformazione mediale contemporanea. Nato dall'incontro tra tecnologia, crisi istituzionale e desiderio di protagonismo civico, esso offre opportunità inedite di democratizzazione dell'informazione, ma anche rischi concreti di disinformazione e delegittimazione professionale. Come ogni trasformazione profonda, esso va interpretato alla luce delle sue tensioni interne: tra spontaneità e responsabilità, tra apertura e affidabilità, tra visibilità e qualità. Il compito dell'analisi sociologica e della riflessione giornalistica è quello di cogliere tali tensioni non come ostacoli, ma come risorse critiche per immaginare un nuovo equilibrio tra partecipazione e professionalità, tra cittadinanza attiva e sapere esperto.

#### **2.4. Le sfide contemporanee del giornalismo**

Nel cuore della trasformazione digitale dell'informazione si stagliano alcune sfide strutturali che mettono a dura prova l'identità, la funzione e la sostenibilità del giornalismo contemporaneo. Non si tratta di problematiche contingenti, ma di nodi profondi che toccano i fondamenti epistemologici, economici e democratici della professione giornalistica. Tra queste, le più urgenti sono rappresentate dalla diffusione della disinformazione e delle fake news, dal tentativo di risposta attraverso pratiche di fact-checking e accountability, dalla persistente crisi del modello economico del giornalismo, e infine dall'ibridazione dei linguaggi e dei formati, favorita dalle piattaforme digitali e dall'emergere di nuovi attori comunicativi.

La questione della disinformazione ha acquisito una centralità crescente nel dibattito pubblico a partire dalla seconda metà degli anni 2010, quando fenomeni come l'elezione di Donald Trump, la Brexit e la pandemia da Covid-19 hanno mostrato l'enorme impatto che notizie false, distorte o manipolate possono avere sulla percezione collettiva della realtà. Le cosiddette *fake news*, pur non essendo una novità storica, trovano oggi una diffusione esponenziale grazie alla velocità, alla reticolarità e all'automazione della comunicazione online (Wardle e Derakhshan, 2017). Il termine stesso, sebbene ambiguo e spesso abusato, è divenuto simbolo di una più ampia crisi epistemica, in cui la distinzione tra vero e falso, tra informazione e propaganda, tra giornalismo e contenuto virale appare sempre più sfumata.

In questo contesto, il giornalismo si trova esposto a una perdita di legittimità, sia perché è frequentemente accusato – a torto o a ragione – di essere esso stesso veicolo di disinformazione, sia perché la sua autorità è messa in discussione da una molteplicità di fonti alternative, spesso prive di controllo ma dotate di grande potere persuasivo. La disintermediazione informativa, favorita dalle piattaforme sociali, consente a chiunque di produrre e diffondere contenuti, spesso senza vincoli deontologici, filtri editoriali o verifica delle fonti. Come osserva McIntyre (2018), ciò determina una “post-verità” pervasiva, in cui i fatti cedono il passo alle emozioni, e la verità oggettiva è sostituita dalla narrazione soggettiva.

Per reagire a questa crisi, molte testate giornalistiche hanno adottato strategie di fact-checking, ovvero di verifica sistematica delle affermazioni pubbliche, dei contenuti circolanti online e dei materiali provenienti da fonti non ufficiali. Il fact-checking, pur non essendo una novità assoluta nella storia del giornalismo, ha assunto una forma organizzata e riconoscibile solo nell'ultimo decennio, con la nascita di redazioni e piattaforme dedicate come PolitiFact, Full Fact, Pagella Politica, Facta.news. L'obiettivo dichiarato è duplice: da un lato, correggere la disinformazione; dall'altro, riaffermare il ruolo del giornalismo come garante della verità pubblica (Graves, 2016). Tuttavia, il fact-checking presenta anche limiti strutturali. Innanzitutto, si scontra con i tempi accelerati della circolazione digitale: spesso la smentita arriva troppo tardi rispetto alla diffusione virale del falso. In secondo luogo, è efficace solo se il pubblico riconosce l'autorevolezza della fonte verificatrice, il che non sempre avviene in un clima di sfiducia diffusa e di polarizzazione cognitiva. Infine, il fact-checking può risultare inefficace se non è accompagnato da una riflessione più ampia sul contesto culturale, ideologico e affettivo in cui la disinformazione si radica e prolifera (Benkler et al., 2018).

Un'altra sfida cruciale è rappresentata dalla crisi economica del giornalismo, acuita dal declino della pubblicità tradizionale, dalla gratuità percepita dell'informazione online e dalla concentrazione del mercato pubblicitario nelle mani delle grandi piattaforme tecnologiche. Il cosiddetto *platform capitalism* (Srnicsek, 2017) ha modificato radicalmente le dinamiche di finanziamento dell'informazione, dirottando risorse verso attori non giornalistici e lasciando le redazioni in condizioni di crescente precarietà. Come osserva McChesney (2013), il modello di business del giornalismo è stato sistematicamente eroso, con conseguenze devastanti per la qualità, la varietà e la profondità dell'informazione disponibile.

La risposta a questa crisi ha assunto forme diverse. Alcune testate hanno puntato sulla monetizzazione diretta tramite paywall, abbonamenti digitali, membership. Altre hanno cercato di diversificare i ricavi attraverso eventi, branded content, e-commerce. Altre ancora si sono affidate a modelli ibridi, combinando sovvenzioni pubbliche,

donazioni private e crowdfunding. Tuttavia, nessuno di questi modelli sembra garantire, da solo, la sostenibilità a lungo termine del giornalismo, soprattutto quello d'inchiesta, che richiede tempo, risorse e competenze specialistiche. In particolare, il giornalismo locale – tradizionalmente considerato pilastro della democrazia di prossimità – è stato tra i settori più colpiti, con la chiusura di numerose testate e la desertificazione informativa di intere aree geografiche (Nielsen, 2015).

Parallelamente, si è assistito a una ibridazione crescente dei linguaggi giornalistici. La rigidità dei format tradizionali ha ceduto il passo a una molteplicità di nuove forme espressive, che mescolano informazione, narrazione, intrattenimento e partecipazione. Il giornalismo si è spostato su piattaforme come YouTube, Spotify, Instagram, Substack, sviluppando contenuti in forma di video-documentari, podcast narrativi, newsletter autoriali, infografiche animate. Questa trasformazione risponde all'esigenza di raggiungere pubblici nuovi e frammentati, ma ridefinisce anche codici professionali e relazioni con il pubblico (Carlson e Lewis, 2015).

Esempi come *The Daily* del New York Times, *Morning Brew*, *The Intercept*, *Il Post*, *Will Media* o *Breaking Italy* mostrano che è possibile coniugare qualità giornalistica e sperimentazione linguistica, rigore informativo e storytelling immersivo. Tuttavia, questa evoluzione pone interrogativi importanti: qual è il confine tra giornalismo e intrattenimento? Quali sono i criteri di verifica e responsabilità nelle nuove forme ibride? In che misura la forma condiziona il contenuto, e il contenuto il pensiero critico del pubblico? Come sottolinea Boczkowski (2021), l'ibridazione può favorire l'accessibilità, ma anche banalizzare la complessità, se non governata con attenzione. In questo scenario, il giornalismo si trova a dover ridefinire la propria identità epistemica. Non è più sufficiente rivendicare la propria professionalità: è necessario dimostrare la propria utilità sociale in un contesto informativo sovraccarico, rumoroso e competitivo. La sfida non è solo quella di distinguersi dalle fake news, ma di costruire nuove modalità di fiducia, basate sulla trasparenza, sull'interazione, sulla rendicontazione. Alcune redazioni hanno avviato progetti di *open newsroom*, in cui vengono condivisi con il pubblico i processi decisionali, le fonti e i criteri di selezione

delle notizie. Altre hanno istituito figure di *public editor*, creato forum di confronto con i lettori o promosso iniziative di alfabetizzazione mediatica.

Infine, la trasformazione del giornalismo si intreccia con il destino stesso della democrazia. In un'epoca di sfiducia istituzionale, polarizzazione politica e crisi delle autorità epistemiche, il giornalismo può rappresentare una risorsa decisiva o un anello debole. La sua capacità di informare correttamente, di includere voci diverse, di stimolare il pensiero critico e di controllare il potere è oggi più necessaria che mai. Ma essa dipende da condizioni materiali, culturali e normative che devono essere attivamente difese e ricostruite. Come ricorda Schudson (2008), il giornalismo non è solo un mestiere, ma un'istituzione democratica, e come tale merita attenzione pubblica, sostegno politico e investimento collettivo.

In conclusione, le sfide contemporanee del giornalismo sono complesse e interconnesse. Esse riguardano la verità e la menzogna, la sostenibilità e la gratuità, l'autorità e la partecipazione, l'informazione e la narrazione. Affrontarle richiede un ripensamento profondo del ruolo del giornalismo nella società digitale, un rinnovamento delle pratiche professionali e una visione politica che consideri l'informazione non come una merce qualsiasi, ma come bene comune.

## **CAPITOLO III: L'esempio del giornalismo di inchiesta: un focus sull'arresto di Matteo Messina Denaro**

### **3.1. Il giornalismo tra modelli classici e trasformazioni digitali**

Il percorso di analisi sviluppato nei capitoli precedenti ha evidenziato come il giornalismo contemporaneo sia attraversato da profonde trasformazioni strutturali, epistemologiche e professionali. Da un lato, l'impianto teorico novecentesco, fondato su una visione del giornalismo come istituzione autonoma e garante della deliberazione democratica, ha mostrato segni di crisi sotto la pressione congiunta della convergenza tecnologica, della disintermediazione digitale e della logica algoritmica delle piattaforme. Dall'altro, la riflessione sociologica e comunicativa più recente ha

sottolineato il carattere ibrido, fluido e spesso contraddittorio del giornalismo odierno, sospeso tra funzione critica e logiche di mercato, tra responsabilità pubblica e ricerca di visibilità (Deuze & Witschge, 2018; Van Dijck, 2019).

Queste tensioni non sono semplicemente un riflesso dei mutamenti tecnologici, ma esprimono una trasformazione più profonda nel modo in cui la società concepisce il giornalismo e nel ruolo che gli assegna all'interno della sfera pubblica. La crescente centralità dei social network, la riduzione delle barriere all'accesso informativo e l'emergere di nuovi attori ibridi, come blogger, influencer o "citizen journalist", hanno modificato radicalmente la distribuzione del potere simbolico nel campo comunicativo. In termini bourdieusiani, il giornalismo non è più soltanto il risultato della competizione interna tra attori professionali che possiedono capitale simbolico e culturale, ma si trova costantemente esposto a pressioni esterne, provenienti da mercati pubblicitari, piattaforme digitali e logiche di visibilità algoritmica (Bourdieu, 1996).

L'evento rappresentato dall'arresto di Matteo Messina Denaro, avvenuto il 16 gennaio 2023, si colloca esattamente all'intersezione di queste tensioni. Da un lato, esso ha rappresentato un fatto storico, capace di riattivare l'immaginario collettivo sulle mafie e di rimettere al centro del dibattito pubblico il ruolo dello Stato e delle sue istituzioni di fronte alla criminalità organizzata. Dall'altro, il modo in cui tale evento è stato raccontato dai media ha reso evidente la compresenza di differenti logiche discorsive: una narrativa istituzionale e riflessiva, tipica della carta stampata, e una narrativa più immediata, frammentata e spettacolarizzata, propria delle piattaforme online. In tal senso, l'arresto del boss può essere considerato un "evento discorsivo" paradigmatico, utile per osservare empiricamente le trasformazioni teoriche discusse nei capitoli precedenti.

Il concetto di evento discorsivo rimanda alla capacità di un avvenimento di diventare non solo oggetto di racconto, ma anche momento di definizione identitaria per chi lo racconta. Fairclough (1995) e van Dijk (2008) hanno mostrato come ogni testo giornalistico sia anche un atto sociale: nei titoli, nelle scelte lessicali, nelle metafore, si

sedimentano visioni del mondo, rapporti di potere e ideologie. La prospettiva metodologica adottata in questo capitolo, la Critical Discourse Analysis (CDA), si rivela particolarmente adatta per indagare tali processi, poiché considera il linguaggio non come un mezzo neutrale di trasmissione, ma come una pratica sociale capace di costruire realtà, orientare percezioni e definire identità. Applicata al giornalismo, la CDA consente di svelare le “definizioni implicite” della professione, quelle che non emergono tanto da dichiarazioni esplicite, quanto dalle modalità con cui i fatti vengono messi in scena.

Il collegamento con il quadro teorico discusso nei capitoli precedenti appare immediato. La formula di Lasswell (1948), “chi dice cosa, attraverso quale canale, a chi e con quali effetti”, permette di leggere l’arresto di Messina Denaro come un caso paradigmatico di mediazione differenziale: la carta stampata consolida un racconto istituzionale, con effetti di memoria e legittimazione; i media online privilegiano invece rapidità e spettacolo, producendo effetti di assuefazione e di consumo emotivo. In termini lippmanniani, i media costruiscono diversi “pseudo-ambienti” (Lippmann, 1922): contesti simbolici che non solo informano, ma soprattutto orientano opinioni e percezioni collettive. La funzione mediatrice del giornalismo, già messa in discussione dalla digitalizzazione, appare dunque ulteriormente condizionata dalla natura del medium: la carta come garante di verità e contesto, l’online come catalizzatore di flussi rapidi e virali.

Il modello del two-step flow (Lazarsfeld & Katz, 1955) offre un’ulteriore chiave interpretativa. Nel racconto dell’arresto, opinion leader come Giovanni Bianconi o Carlo Bonini hanno svolto un ruolo decisivo nel tradurre l’evento in chiavi di lettura complesse, distinguendosi dalle cronache effimere. Le loro narrazioni hanno agito da filtro qualificato, consentendo al pubblico di decodificare la notizia al di là della sua immediatezza. Questo fenomeno si collega alla riflessione di Merton (1968) sulle funzioni manifeste e latenti: accanto all’informazione come funzione manifesta, la

narrazione dell'arresto ha prodotto effetti inattesi — la spettacolarizzazione televisiva, la pornografia del dolore, la riduzione del fatto storico a intrattenimento.

L'approccio dell'encoding/decoding di Hall (1980) consente di collocare l'analisi su un piano ancora più articolato. Le testate cartacee hanno codificato l'arresto come evento istituzionale, inscrivendolo in una cornice di memoria storica e riflessione politica; i media digitali lo hanno codificato invece come evento spettacolare, frammentandolo in dettagli virali e rendendolo oggetto di consumo immediato. Il pubblico ha decodificato questi messaggi in modi plurali: alcuni hanno accolto la lettura istituzionale, altri hanno privilegiato la versione spettacolare, spesso attraverso la mediazione dei social network, dove i frammenti più emotivi o sensazionali hanno trovato maggiore diffusione.

Habermas (1962), nel descrivere la crisi della sfera pubblica, ha parlato di "rifeudalizzazione": lo spazio del dibattito non è più luogo di confronto argomentativo, ma palcoscenico in cui poteri economici e mediatici mettono in scena le loro rappresentazioni. Il caso Messina Denaro riflette questa dinamica: la cattura di un boss, che avrebbe potuto alimentare una riflessione pubblica sulla giustizia e sulla memoria delle stragi, è stata in parte piegata a logiche di spettacolo. In parallelo, il concetto di campo giornalistico elaborato da Bourdieu (1996) ci ricorda che le scelte discorsive non sono solo frutto di dinamiche testuali, ma anche di rapporti di forza interni alla professione: la tensione tra capitale simbolico (autorevolezza, credibilità) e capitale economico (audience, click, visibilità) definisce le traiettorie narrative.

La critica di Adorno e Horkheimer (1947) sull'industria culturale aiuta a leggere come l'arresto sia stato rapidamente assorbito nelle logiche del mercato mediale, trasformandosi da evento politico a prodotto culturale. L'attenzione al dettaglio spettacolare — l'orologio costoso, la clinica privata, i pizzini ritrovati — rivela il meccanismo di commodification del racconto: il fatto non è più solo notizia, ma contenuto da vendere, frammentare, condividere. È una dinamica amplificata dalla logica della platformization (Helmond, 2015; Van Dijck, 2019), che rende il

giornalismo dipendente da metriche algoritmiche di engagement. I contenuti più emotivi o sensazionali circolano maggiormente, mentre quelli che richiedono contestualizzazione e lettura lenta vengono penalizzati.

In questo senso, l'arresto di Matteo Messina Denaro non è soltanto un fatto giudiziario e politico, ma un vero e proprio laboratorio empirico. Esso permette di osservare come i media costruiscano discorsi sul crimine organizzato e, al tempo stesso, riflettano tensioni strutturali del giornalismo contemporaneo: tensioni tra memoria e consumo, tra istituzione e mercato, tra deliberazione e spettacolo. Analizzare questo evento con la CDA significa, dunque, mettere in relazione modelli classici e trasformazioni digitali, teoria e pratica, istituzioni e piattaforme. È questo il compito che il presente capitolo si propone: partire dall'osservazione delle narrazioni giornalistiche sull'arresto del boss, confrontare i registri discorsivi tra carta e online, approfondire il tema della spettacolarizzazione attraverso il caso Baiardo e infine riflettere, grazie alle interviste a Ricciardelli e Borrometi, sulle definizioni implicite e sulle sfide etiche del giornalismo di inchiesta oggi.

### **3.2 Narrazioni giornalistiche a confronto: carta stampata e media digitali**

L'arresto di Matteo Messina Denaro, avvenuto il 16 gennaio 2023, ha rappresentato un evento non soltanto giudiziario e politico, ma anche fortemente mediale. La sua portata simbolica e la lunga attesa che l'ha preceduto lo hanno reso un caso esemplare per osservare le modalità con cui i media contemporanei costruiscono la realtà sociale, selezionano i frame interpretativi e definiscono implicitamente il ruolo del giornalismo stesso. L'arresto del boss, infatti, è stato immediatamente interpretato come la chiusura di una stagione storica — quella delle stragi degli anni Novanta — e come il momento in cui lo Stato dimostrava di poter infliggere un colpo decisivo a Cosa Nostra. Ma, come già anticipato, non tutti i media hanno raccontato la vicenda nello stesso modo: la differenza tra carta stampata e online ha prodotto registri discorsivi eterogenei, che la Critical Discourse Analysis (CDA) consente di mettere in luce.

La CDA, come ricordato da Fairclough (1995) e van Dijk (2008), considera il linguaggio non come un semplice strumento neutrale di trasmissione delle informazioni, ma come una pratica sociale capace di riprodurre rapporti di potere, costruire ideologie e orientare le percezioni. Essa analizza testi, titoli, metafore e scelte lessicali mettendoli in relazione con il contesto socio-politico e culturale in cui sono prodotti. Applicata al giornalismo, la CDA consente di indagare le definizioni implicite della professione, distinguendo tra ciò che viene detto e il modo in cui viene detto. Nel nostro caso, l'analisi comparata tra articoli pubblicati su carta stampata — Giovanni Bianconi per *Corriere della Sera*, Carlo Bonini per *la Repubblica*, Alfredo Marsala per *il manifesto* — e articoli pubblicati esclusivamente online — *La Nazione Online*, *Il Fatto Quotidiano Online*, *Il Messaggero Online* — permette di osservare empiricamente la tensione tra due ecologie discorsive: il giornalismo lento e contestualizzante, e il giornalismo rapido, frammentato e spettacolarizzato.

Un primo dato riguarda le scelte linguistiche e narrative. Nella carta stampata prevale un lessico articolato, attento a inscrivere l'arresto in una dimensione storica. Giovanni Bianconi, nel suo reportage per il *Corriere della Sera* del 17 gennaio 2023, utilizza termini che richiamano l'immaginario militare e investigativo: “blitz”, “sigillato”, “cinturato”. La cattura è descritta come un'operazione complessa, condotta con circa 150 uomini del Gis e del Ros, in cui la precisione dei movimenti, la chiusura delle uscite e la perquisizione della clinica diventano elementi narrativi essenziali. Bianconi non si limita a riportare i fatti, ma ricostruisce un vero e proprio scenario, quasi cinematografico: il boss elegante, con un giaccone costoso e un orologio da 36.000 euro al polso, che esce per un caffè e viene riconosciuto da un ufficiale. L'orologio, dettaglio apparentemente marginale, diventa simbolo di vanità e cifra di un potere che, anche nella malattia, non rinuncia al lusso. È un esempio di come la carta stampata sappia usare i particolari non per spettacolarizzare, ma per costruire significati: l'orologio è la prova che Messina Denaro resta “padrino” anche nel momento della sconfitta.

Carlo Bonini, in un commento pubblicato su *la Repubblica*, adotta un registro ancora più simbolico. L'immagine di Messina Denaro ammanettato diventa “un manifesto consegnato al Paese”, specchio delle virtù e delle contraddizioni dell'Italia. La cattura non è solo il successo delle istituzioni, ma anche il riflesso delle complicità che hanno consentito al boss di restare latitante per trent'anni. Bonini evoca il concetto di “borghesia mafiosa”, quella zona grigia fatta di professionisti, imprenditori e politici che hanno permesso a Cosa Nostra di sopravvivere. Qui la notizia diventa occasione per una riflessione ampia sul rapporto tra mafia, società civile e politica, in cui la retorica della vittoria dello Stato convive con la denuncia delle collusioni. La scrittura assume una funzione critica e memoriale: l'arresto non è solo fine della latitanza, ma occasione per ricordare le responsabilità collettive.

Alfredo Marsala, su *il manifesto*, accentua questa linea. Il suo articolo non si concentra tanto sul boss, quanto sulla rete dei fiancheggiatori: Andrea Bonafede, Giovanni Luppino, i medici compiacenti. Marsala ricostruisce i legami familiari e sociali, sottolineando come la mafia continui a vivere attraverso una trama di complicità locali e trasversali. Il linguaggio è tecnico, giudiziario, privo di enfasi, quasi a voler restituire sobrietà al racconto. Il frame dominante è quello della “continuità”: l'arresto è un successo, ma non chiude la storia della mafia. Anche in questo caso, la carta stampata esercita una funzione di memoria critica, inscrevendo l'evento in un percorso di lungo periodo.

Negli articoli online, invece, prevalgono logiche discorsive diverse. *La Nazione Online* racconta l'arresto con un formato modulare, suddiviso in box e sottosezioni: “Il concessionario”, “Il figlio dell'autista”, “Il medico Tumbarello”. Ogni dettaglio diventa un mini-racconto autonomo, facilmente leggibile e condivisibile. È la grammatica della lettura rapida: il lettore può fermarsi a un singolo box, senza bisogno di contestualizzare. Questo stile riflette la logica del consumo digitale: moltiplicare i punti d'entrata, frammentare la narrazione, privilegiare i particolari che catturano l'attenzione.

*Il Fatto Quotidiano Online* adotta un taglio biografico. L'attenzione si concentra su Andrea Bonafede, il geometra che ha prestato l'identità a Messina Denaro. La narrazione non è solo giudiziaria, ma anche personale: i rapporti familiari, le vaccinazioni, le abitudini quotidiane diventano parte della storia. Bonafede non è più solo un fiancheggiatore, ma un personaggio, un "alter ego" narrativo del boss. Si tratta di una strategia tipica dell'online: personalizzare la notizia, trasformarla in storytelling. *Il Messaggero Online* sceglie invece il registro della cronaca live. L'arresto viene raccontato come un flusso di aggiornamenti: titoli concatenati, focus sulla "latitanza record", ripetizione continua degli stessi dettagli. La logica dominante è quella della simultaneità: non importa tanto cosa si dice, ma il fatto che si dica subito, in tempo reale. Questo stile ricorda la serialità televisiva, in cui ogni episodio aggiunge poco, ma mantiene viva l'attenzione.

Le differenze tra carta e online non sono solo stilistiche, ma rimandano a concezioni divergenti della funzione del giornalismo. La carta stampata si colloca ancora nella tradizione del giornalismo come istituzione critica e deliberativa: i fatti vengono contestualizzati, inseriti in genealogie storiche e politiche, interpretati alla luce di dinamiche di potere. In termini habermasiani, la carta continua a svolgere, pur con difficoltà, quella funzione di "memoria pubblica" che alimenta la sfera deliberativa (Habermas, 1962). Gli articoli online, al contrario, incarnano ciò che Bourdieu (1996) definiva "pensiero veloce": testi prodotti in funzione delle logiche di mercato e delle metriche algoritmiche, in cui la profondità è sacrificata all'immediatezza.

In termini halliani, si potrebbe dire che i giornali cartacei hanno codificato l'arresto come evento istituzionale e critico, mentre i media digitali lo hanno decodificato in chiave spettacolare (Hall, 1980). Questa dicotomia si collega anche alle funzioni manifeste e latenti di Merton (1968). La funzione manifesta, comune a entrambi, è stata quella di informare sulla cattura del boss. Ma le funzioni latenti divergono: la carta rafforza la legittimità dello Stato e ricorda le complicità storiche; l'online genera engagement attraverso la spettacolarizzazione di dettagli marginali.

Queste differenze possono essere comprese anche alla luce della teoria della mediatizzazione. Hjarvard (2008) descrive i media come agenti di trasformazione sociale e culturale: non si limitano a riflettere la realtà, ma la plasmano secondo logiche proprie. La carta stampata, pur attraversata da crisi economiche, conserva elementi della logica “vecchia” del giornalismo: approfondimento, lentezza, riflessione. L’online è invece pienamente inserito nella logica della platformization (Helmond, 2015; Van Dijck, 2019): metriche di click, tempi di permanenza, condivisioni social. In questo contesto, i contenuti vengono selezionati non in base alla loro rilevanza civica, ma alla loro capacità di generare traffico.

Il concetto di *media event* elaborato da Dayan e Katz (1992) consente di aggiungere un ulteriore livello interpretativo. L’arresto di Messina Denaro possiede tutti i tratti dell’evento mediatico: eccezionalità, ritualità, centralità nazionale. Tuttavia, la sua trasformazione in racconto differisce a seconda del medium. Nella carta stampata, l’arresto diventa un rito civile: celebrazione della vittoria dello Stato, ma anche occasione per riflettere sulle zone d’ombra. Nell’online, invece, l’evento è piegato alla logica del flusso: non rito, ma serie; non riflessione, ma consumo ripetuto.

La CDA mostra come le scelte linguistiche rafforzino queste logiche. Nella carta prevalgono termini come “caccia”, “blitz”, “sigillato”, che evocano la fatica di un lavoro lungo e la conclusione di una stagione storica. Nell’online dominano titoli connotati emotivamente: “shock”, “clamoroso”, “retroscena”, “colpo di scena”. La differenza è evidente: da un lato la costruzione di un senso storico, dall’altro la ricerca del brivido emotivo.

Queste scelte discorsive hanno conseguenze politiche e sociali. In termini habermasiani, la carta contribuisce alla costruzione di una sfera pubblica, fornendo strumenti di comprensione e di memoria. L’online, al contrario, rischia di alimentare una “sfera pubblica rifeudalizzata”, frammentata in micro-pubblici attratti da contenuti emotivi. In termini bourdieusiani, la carta preserva capitale simbolico, mentre l’online accumula capitale economico. In termini adorniani, la carta mantiene residui di

funzione critica, mentre l'online assorbe l'evento nelle logiche dell'industria culturale (Adorno e Horkheimer, 1947).

Questa tensione non è esclusiva del caso Messina Denaro, ma lo rende paradigmatico. La cattura del boss rappresenta un evento che, per la sua importanza storica, avrebbe meritato narrazioni profonde, contestualizzate, critiche. In parte lo è stato, ma in larga misura è stato anche ridotto a intrattenimento. L'orologio costoso, le abitudini quotidiane, la malattia, i pizzini: tutti elementi veri, ma enfatizzati fino a oscurare l'analisi delle cause e delle conseguenze.

In conclusione, la CDA comparata mostra che la narrazione dell'arresto di Matteo Messina Denaro ha seguito due traiettorie distinte: la carta stampata ha privilegiato un registro di autorevolezza e memoria, l'online ha puntato su rapidità e spettacolo. Questa differenza riflette due concezioni implicite del giornalismo. Nel primo caso, il giornalismo è missione civica, presidio della memoria, istituzione critica. Nel secondo, è prodotto culturale, intrattenimento, contenuto da consumare rapidamente. È in questa tensione che si gioca oggi la definizione del giornalismo: tra etica e mercato, tra testimonianza e consumo, tra memoria e spettacolo.

### **3.3 Dal giornalismo di inchiesta al giornalismo-spettacolo: il caso Baiardo**

Il confine fra giornalismo di inchiesta e giornalismo-spettacolo costituisce oggi una delle linee di frattura più nette nel campo mediatico italiano. L'arresto di Matteo Messina Denaro (16 gennaio 2023) ha agito da catalizzatore, portando in superficie tensioni strutturali già emerse nei capitoli precedenti: da un lato una pratica professionale orientata alla ricostruzione rigorosa dei fatti, alla verifica delle fonti e alla contestualizzazione storica; dall'altro un ecosistema che premia visibilità, engagement e ritmi narrativi seriali. La vicenda mediale di Salvatore Baiardo — ex fiancheggiatore dei fratelli Graviano, divenuto improvvisamente personaggio televisivo e digitale — è, da questo punto di vista, esemplare. Essa illumina come scelte discorsive e dispositivi di messa in scena possano spostare il baricentro dall'inchiesta

alla spettacolarizzazione, riconfigurando il valore informativo in valore d'intrattenimento (Fairclough, 1995; Adorno e Horkheimer, 1947).

Sul piano empirico, l'emersione pubblica di Baiardo avviene sul finire del 2022, quando viene ospitato a Non è l'Arena (La7). In quella cornice annuncia che Messina Denaro, gravemente malato, potrebbe “lasciarsi arrestare” in un contesto di presunta trattativa legata all'ergastolo ostativo. L'elemento cruciale non è tanto la verificabilità delle affermazioni — affidate a un linguaggio allusivo, privo di evidenze — quanto la loro performatività mediale: la dichiarazione si presenta come evento discorsivo dotato di alto potenziale di notiziabilità e condivisione. Quando, due mesi più tardi, l'arresto avviene davvero, l'effetto di “conferma retrospettiva” rilegge l'enunciato di novembre come predizione azzeccata, assegnando a chi l'ha pronunciato una legittimità narrativa che eccede la sua credibilità informativa (van Dijk, 2008). Il significato, cioè, non risiede nella prova, ma nella circolazione sociale del discorso: ciò che conta è che sia stato detto, rilanciato, montato e reso oggetto di attenzione pubblica.

Da qui si dipana una dinamica che sposta il focus dall'evento (la cattura) al personaggio: Baiardo diviene ospite ricorrente, “voce” stabile del racconto televisivo e, per riflesso, del discorso digitale che da esso esonda (Maremosso, 2023). L'inchiesta arretra; avanzano la serialità e l'enigma. Ogni apparizione promette svolte, preannuncia rivelazioni, lascia intravedere un “dietro le quinte” mai del tutto esplicitato. È il meccanismo che Hall (1980) descrive come codifica di significati dominanti: la trasmissione costruisce per il pubblico una cornice interpretativa in cui l'ospite “sa ma non può dire”, “anticipa ma non rivela”, tenendo in sospensione l'attenzione. L'effetto è un cliffhanger informativo: l'elemento di conoscenza (se c'è) è continuamente rimandato, perché ciò che conta è la permanenza dell'audience, non la chiusura cognitiva.

In questa trasfigurazione, il giornalismo assume tratti dell'industria culturale: tematizza la realtà secondo logiche di attrazione seriale, applicando alla cronaca giudiziaria grammatiche di intrattenimento (Adorno e Horkheimer, 1947). La cattura di un superlatitante — potenziale occasione di pedagogia civile, memoria storica,

ricomposizione di nessi tra Stato, società e mafia — viene riconfigurata in un “episodio” di saga. Il valore di scambio mediale (attenzione, share, click-through) subentra al valore d’uso informativo (comprensione, orientamento, deliberazione), come hanno mostrato le teorie sulla mediatizzazione (Hjarvard, 2008) e sulla platformization, secondo cui i contenuti sono progettati per essere estratti, riframmentati e rilanciati in ecosistemi algoritmici che premiano la reattività emotiva (Helmond, 2015; Van Dijck, 2019).

Il ruolo delle piattaforme è, infatti, decisivo. Le clip di Baiardo vengono spezzate, titolate, sottotitolate, rilanciate su YouTube, Instagram, TikTok, X; diventano meme, micro-frame autonomi. Nella ricircolazione transpiattaforma, il contesto si assottiglia: spariscono le domande di metodo (“quali fonti?”, “quali riscontri?”) e si amplifica la perturbazione narrativa (“cosa svelerà la prossima volta?”). La logica del feed, per sua natura competitiva e engagement-driven, incentiva i marker di spettacolarità (detto/non detto, segreto/rivelazione, allusione/smentita), sostituendo il vincolo di verità con il vincolo di attenzione (Thompson, 2005; Couldry, 2012). La CDA consente di isolare i tratti linguistici ricorrenti: iperboli (“colpo di scena”, “retroscena clamorosi”), metafore di arcano (“chiavi del mistero”, “archivi indicibili”), e soprattutto la sintassi del futuro imminente (“tra poco”, “nella prossima puntata”, “presto diremo”). È la grammatica della promessa seriale, non della prova.

La trasformazione non investe solo il lessico, ma l’architettura enunciativa. Nel giornalismo di inchiesta, la fonte è selezionata, qualificata, contestualizzata; l’autore esplicita il metodo (documenti, testimonianze, triangolazioni), la catena di responsabilità e, quando necessario, l’incertezza residua. Nella soap mediale, invece, la fonte corrisponde a un ruolo: il “confidente”, il “testimone”, l’“amico di”. La sua autorevolezza è performata dal set (studio, luci, grafica), dall’apparato scenico (stacchi, contributi, suoni), dall’interazione col conduttore. La verità si confonde col credito che la macchina televisiva costruisce in diretta. In questo slittamento — che Bourdieu (1996) leggerebbe come subordinazione del capitale simbolico professionale al

capitale economico e all'audience — è iscritto il rischio della fictionalizzazione del reale (Couldry, 2012).

Il concetto di media event (Dayan e Katz, 1992) aiuta a leggere la cornice più ampia. L'arresto di Messina Denaro possiede in sé gli attributi rituali dell'evento mediatico: sospensione dell'ordinario, coesione simbolica, riconoscimento della vittoria dello Stato. Ma la sovrapposizione del “caso Baiardo” introduce un vettore perturbante che sposta il registro dalla cerimonia al dramma: invece di un rito di ricomposizione, il racconto si plasma come saga in cui l'eroe negativo scompare e il “confidente” conquista la scena. La serializzazione televisiva, a sua volta, alimenta la ciclicità digitale; e la ciclicità digitale retroalimenta il palinsesto. Si crea un loop di attenzione nel quale la notizia non “si chiude”: si mantiene aperta perché la sua funzione principale non è informare ma tenere (lo spettatore, il lettore, l'utente).

A questo processo si affianca la retorica dell'allusione. Le affermazioni di Baiardo — tipicamente formulate in forma ipotetica, con condizionali, subordinate di incertezza — funzionano come “segnali di plausibilità” privi di commitment cognitivo. Il conduttore, per esigenze di ritmo, abilita l'allusione a premessa narrativa, trasformando quello che sarebbe un indizio grezzo in materiale di trama. La CDA mostra come le scelte modali (“potrebbe”, “forse”, “è possibile che”), ripetute e teatralizzate, diano l'illusione del contenuto laddove il contenuto è sospeso. Van Dijk (2008) ricorda che i discorsi pubblici costruiscono conoscenze condivise anche quando non sono fattualmente fondate: l'importante è che la comunità interpretativa — in questo caso, la platea televisiva e quella social — le faccia proprie.

La risonanza politica di questa configurazione non è secondaria. Habermas (1962) ha descritto la “rifeudalizzazione” della sfera pubblica: la discussione si trasforma in messa in scena, l'argomentazione in rappresentazione. Il talk politico-giudiziario, quando adotta la grammatica dell'intrattenimento, produce pubblici spettatoriali, non pubblici deliberanti. Esser e Strömbäck (2014) mostrano come la comunicazione politica, nella mediatizzazione avanzata, tenda a conformarsi a criteri di notiziabilità e spettacolarità, riducendo lo spazio per la complessità. In questo quadro, il racconto

della mafia — che richiederebbe tempo, ricerca d’archivio, incrocio di dati, pazienza — viene scandalizzato: la conoscenza si sostituisce con il brivido.

La posizione di Ricciardelli, raccolta nell’intervista utilizzata come fonte, si colloca qui come contro-cornice professionale. Egli denuncia la “pornografia del dolore” e la “soap opera” che, anziché rispettare la gravità della materia, la spettacolarizzano (Ricciardelli, 2023, intervista). Il suo argomento è netto: dare ribalta a un personaggio privo di verificabilità significa tradire il patto epistemico del giornalismo d’inchiesta. La selezione delle fonti non è un atto neutrale: è la condizione stessa della possibilità di conoscere. Quando il criterio di selezione diventa l’audience, la professione abdica alla sua funzione civica. È una tesi coerente con la tradizione critica ricostruita nei capitoli precedenti: il giornalismo come presidio democratico, non come macchina di emozioni (Hall, 1980; Habermas, 1962).

L’analisi linguistica delle puntate che hanno ospitato Baiardo conferma la tendenza allo storytelling indiziario. Titoli e sovraimpressioni parlano la lingua del racconto a episodi; i verbi sono spesso al presente narrativo (“parla”, “svela”, “torna”), che dà la sensazione dell’azione in atto; gli aggettivi sono intensificatori (“clamoroso”, “incredibile”, “shock”). È la retorica della magnificazione, che Adorno e Horkheimer (1947) consideravano tipica del prodotto culturale di massa: una scala di intensità che va continuamente alzata per mantenere il “consumo”. Non è l’Arena, in questo senso, agisce come format di integrazione tra informazione e spettacolo: da un lato ingloba temi e figure del giornalismo giudiziario; dall’altro li ricodifica in materiali narrativi compatibili con la competizione di palinsesto (Maremosso, 2023).

Un’ulteriore spia della spettacolarizzazione è la centralità del “che cosa indossa/come appare” rispetto al “che cosa dimostra”. L’attenzione a elementi estetici — tono, esitazioni, ammiccamenti, posture — si sostituisce alla prova. È il trionfo del registro fatico (mantenere il contatto) sul registro cognitivo (produrre conoscenza). Thompson (2005) lo descrive come “politica della visibilità”: nell’epoca della mediatizzazione avanzata, il potere si esercita attraverso la gestione dell’apparire. L’ospite che “sa” ma

“non può dire” domina la scena perché incarna un sapere implicito, non perché lo esplicita.

Se si riposiziona ora il “caso Baiardo” dentro la cornice temporale assunta per l’evento (T0–T2: 15–23 gennaio 2023), si osserva come il picco di attenzione coincida con la fase di massima concentrazione mediatica sull’arresto. La sua esposizione funziona da ponte emotivo tra il giorno della cattura (T1) e la settimana successiva (T2), quando la narrazione si sdoppia: da un lato l’inchiesta sulle reti di protezione, i covi, i fiancheggiatori; dall’altro la soap televisiva che, in parallelo, istituisce una metanarrazione sul “come raccontiamo”. È precisamente questa metanarrazione che interessa alla CDA: non soltanto cosa si dice, ma chi parla, a quali condizioni, con quali effetti di potere (Fairclough, 1995; van Dijk, 2008). L’effetto osservato è un riassetto della gerarchia degli attori: gli investigatori e i magistrati arretrano come soggetti discorsivi; avanza il “confidente-personaggio”.

L’epilogo della vicenda televisiva — con le polemiche seguite alla chiusura del programma e al ruolo assegnato a Baiardo — ha agito da prova di stress per il sistema informativo (Maremosso, 2023). È emerso con forza il problema del confine professionale: quando la promessa di “retroscena” senza verifica colonizza lo spazio pubblico, il giornalismo cessa di svolgere la sua funzione di selezione e filtro e diventa canale di amplificazione. Qui si coglie il senso delle critiche di Ricciardelli: non si tratta di moralismo anti-spettacolo, ma di difesa metodologica della professione. Senza metodo, resta solo format.

Un confronto, anche rapido, con altri momenti della storia mediale delle mafie (dal racconto del covo di Riina, alla lunga latitanza e cattura di Provenzano) mostra che la spettacolarizzazione non è una novità, ma che oggi dispone di nuovi vettori. La differenza non sta solo nella televisione, ma nell’ecosistema ibrido TV-social che permette al frammento di autonomizzarsi: uno spezzone di due minuti sopravvive allo studio, migra sulle piattaforme, viene commentato, remediato, ironizzato, riutilizzato. La platformization non solo estende la portata del contenuto, ma riconfigura il suo

genere: ciò che in studio era talk diventa, nella timeline, clip humoristica, hot take, teaser; cambia la pragmatica sociale del testo (Helmond, 2015; Van Dijck, 2019).

Sul piano normativo, l'esito è problematico. Se l'evento mafioso — e ciò che rappresenta in termini di violenza, potere territoriale, complicità economiche — viene assorbito nella macchina della serialità affettiva, ciò che si perde è la capacità di apprendimento collettivo. La memoria storica si riduce a format; la cittadinanza informata cede alla platea. Esser e Strömbäck (2014) avvertono che, in queste condizioni, la comunicazione politica (e, per estensione, la cronaca giudiziaria) tende a semplificarsi fino a diventare metonimia: un personaggio sostituisce il problema, un colpo di scena sostituisce l'analisi, un dettaglio estetico sostituisce la prova.

Tutto ciò non implica che il giornalismo debba rinunciare alla forza narrativa. Al contrario: l'inchiesta di qualità è sempre costruzione narrativa — ma una costruzione che esplicita il metodo, mostra le carte, accetta il tempo lungo della verifica. Il punto, come sostiene Ricciardelli, è la finalità: raccontare per capire, non per trattenere (Ricciardelli, 2023, intervista). L'uso responsabile della narrazione non spettacolarizza il male né trasforma gli attori marginali in protagonisti di comodo; seleziona ciò che è rilevante e respinge ciò che è puramente attrattivo.

In sintesi, il “caso Baiardo” funziona come cartina di tornasole: evidenzia la pressione che l'ecosistema mediatico (televisivo e digitale) esercita sulla professione giornalistica affinché pieghi il proprio telos cognitivo a un telos performativo. La CDA permette di vedere come questo avvenga: attraverso la codifica dell'enigma, l'uso rituale della suspense, la grammatica della promessa, la centralità del registro fatico, la commutazione della fonte in personaggio. Le categorie teoriche qui mobilitate — dall'industria culturale (Adorno e Horkheimer, 1947) alla mediatizzazione (Hjarvard, 2008), dai media events (Dayan e Katz, 1992) alla platformization (Helmond, 2015; Van Dijck, 2019), fino alla politica della visibilità (Thompson, 2005) — convergono nel mostrare la strutturalità del fenomeno.

Resta aperta la questione della responsabilità professionale. Se il giornalismo d'inchiesta vuole preservare la propria funzione democratica, deve riconoscere i

dispositivi della spettacolarizzazione e disinnescarli: rifiutare la centralità del personaggio-oracolo privo di riscontri; separare con nettezza il dato dall'ipotesi; spiegare al pubblico che il non-detto non è informazione; usare la forza narrativa senza cedere alla serializzazione affettiva. È una sfida, non un ritorno al passato. Ma è, come sostiene la letteratura critica e come ribadisce l'esperienza professionale raccolta in questa ricerca, la condizione minima perché la cronaca mafiosa torni a essere conoscenza sociale e non soap opera (Fairclough, 1995; Hall, 1980; Ricciardelli, 2023, intervista).

### **3.4 Etica, missione e resistenza nel giornalismo contemporaneo**

Le interviste raccolte a Paolo Borrometi e Tommaso Ricciardelli rappresentano la chiusura ideale di questo percorso di analisi, perché permettono di spostare il fuoco dalla dimensione teorica e dalla comparazione discorsiva degli articoli alla voce diretta di chi, quotidianamente, vive il giornalismo come pratica professionale e come missione etica. Esse consentono di cogliere la tensione che attraversa il campo giornalistico contemporaneo: da un lato l'erosione della funzione critica del giornalismo a causa delle logiche di mercato e della spettacolarizzazione; dall'altro la persistenza, incarnata in esperienze individuali e collettive, di un giornalismo che resiste, che si concepisce come presidio democratico e che difende la propria autonomia anche a costo della solitudine o della marginalità.

Paolo Borrometi, giornalista d'inchiesta costretto a vivere sotto scorta a causa delle minacce ricevute dalla mafia, parla del giornalismo come di un mestiere solitario, un "presidio" che si esercita in isolamento e che implica una responsabilità quasi totale nei confronti di sé stessi e della propria coscienza. Nelle sue parole emerge la percezione di una professione priva di reti solide di sostegno, nonostante le dichiarazioni di solidarietà che spesso accompagnano gli attacchi subiti dai cronisti. Questa condizione di solitudine, che richiama per certi versi la figura del magistrato descritto da Giovanni Falcone come "uomo solo", si traduce in una missione personale: scrivere significa assumere su di sé il peso di parlare per la collettività, sapendo che

non sempre si potrà contare sull'appoggio di istituzioni, redazioni o opinione pubblica (Borrometi, 2023, intervista).

Borrometi insiste sulla curiosità come requisito fondamentale del giornalista. Essa non è semplice attitudine psicologica, ma una vera e propria virtù epistemica: il motore che permette di non fermarsi all'apparenza, di non accettare versioni di comodo, di non lasciarsi scoraggiare dalla difficoltà delle indagini. La curiosità è, per usare le categorie di Merton (1968), una “funzione manifesta” del giornalismo — informare e approfondire — che, se coltivata, impedisce la deriva verso la funzione latente della ripetizione acritica o della spettacolarizzazione. In questo senso, il giornalismo viene inteso come esercizio di resistenza: resistenza alla pigrizia intellettuale, alla pressione delle mafie, ma anche alla forza di attrazione del mercato che spinge a produrre contenuti rapidi, superficiali, orientati al consumo immediato.

Nel suo racconto, Borrometi sottolinea la necessità di non arrendersi mai: “Never give up”, dice, con un'espressione che richiama non solo il lessico della motivazione personale, ma anche quello della lotta civile. La sua esperienza dimostra che il giornalismo di inchiesta non è soltanto un'attività professionale, ma un impegno etico-politico, che può richiedere sacrifici personali e familiari. La solitudine del giornalista d'inchiesta, dunque, non è solo una condizione lavorativa, ma una vera e propria postura esistenziale: essere soli significa riconoscere che la propria responsabilità verso la verità e verso la collettività viene prima della protezione che altre istituzioni potrebbero fornire. In questa prospettiva, la testimonianza di Borrometi si collega alle categorie habermasiane: la sfera pubblica contemporanea, rifeudalizzata e dominata da logiche spettacolari (Habermas, 1962), non garantisce più automaticamente lo spazio per un giornalismo deliberativo. Tocca quindi ai singoli professionisti riattivare, in prima persona, quella funzione critica che dovrebbe essere costitutiva del campo.

Se Borrometi rappresenta l'esperienza di una generazione di giornalisti che hanno conosciuto direttamente la minaccia mafiosa e che hanno pagato in prima persona il prezzo della loro indipendenza, Tommaso Ricciardelli incarna una traiettoria generazionale diversa, ma complementare. La sua esperienza si forma all'interno del

contesto digitale, attraverso il blog *Parliamo di Mafia*, nato nel 2012 come spazio personale di approfondimento e divenuto uno dei principali punti di riferimento per il dibattito online sul fenomeno mafioso. Ricciardelli rappresenta una generazione che ha saputo utilizzare le opportunità della transmedialità — dal blog ai social, dai podcast alle collaborazioni con media tradizionali — per costruire un giornalismo d’inchiesta capace di raggiungere pubblici diversi e di superare i confini dei media convenzionali (Ricciardelli, 2023, intervista).

La sua riflessione sul giornalismo emerge come fortemente autocosciente. Ricciardelli riconosce che l’ecosistema mediale attuale premia l’attenzione più che la verità, la rapidità più che la verifica, la spettacolarizzazione più che la contestualizzazione. Proprio per questo, egli afferma di voler parlare solo di ciò che conosce direttamente, di non cedere alla tentazione di commentare ogni evento, di non trasformarsi in opinionista a tutto campo. La sua è una strategia di resistenza al “churnalism” descritto dalla letteratura internazionale (Davies, 2008): il giornalismo che si limita a rilanciare comunicati stampa o dichiarazioni senza verifica, alimentando un ciclo informativo sempre più povero di contenuti originali. La scelta di limitarsi a ciò che si conosce, lungi dall’essere una restrizione, diventa così una dichiarazione di metodo: il giornalismo è credibile solo se ancorato a un’esperienza diretta, a un lavoro di ricerca, a una competenza consolidata.

Ricciardelli critica apertamente la spettacolarizzazione della cronaca, definendo il caso Baiardo una “soap opera” costruita per generare audience senza produrre conoscenza. Qui la sua posizione si avvicina a quella di Adorno e Horkheimer (1947): il rischio è che il giornalismo venga assorbito completamente nelle logiche dell’industria culturale, perdendo ogni residuo di autonomia e di funzione critica. La “pornografia del dolore” di cui parla non è solo la riduzione della sofferenza a intrattenimento, ma la più ampia tendenza a trasformare il male in spettacolo, a piegare la cronaca giudiziaria alle esigenze di palinsesto e di click. Questa diagnosi si lega a quanto discusso nel capitolo precedente: l’online enfatizza dettagli marginali e drammatizzanti, mentre la carta stampata conserva un residuo di funzione critica.

Ricciardelli rifiuta questa deriva e rivendica un giornalismo che, anche sfruttando le potenzialità della transmedialità, mantenga una fedeltà al principio della verità e alla responsabilità verso il pubblico.

Le testimonianze di Borrometi e Ricciardelli, lette insieme, permettono di delineare una concezione del giornalismo come missione e come resistenza. Entrambi sottolineano che il giornalismo non è soltanto un mestiere, ma un impegno etico che implica rischi, sacrifici e scelte controcorrente. In entrambi i casi emerge una definizione implicita della professione: il giornalismo è servizio pubblico, è costruzione di senso critico, è opposizione alla logica del consumo immediato. Le differenze generazionali e di percorso si integrano: Borrometi incarna la resistenza fisica e personale contro la violenza mafiosa, Ricciardelli la resistenza intellettuale e professionale contro la colonizzazione spettacolare del giornalismo. In entrambi i casi, la resistenza è ciò che mantiene in vita il campo come spazio autonomo, capace di opporsi alle pressioni esterne e di riaffermare la propria funzione democratica.

Dal punto di vista teorico, le loro testimonianze si inseriscono perfettamente nel quadro discusso nei capitoli precedenti. In chiave habermasiana, mostrano la difficoltà di mantenere una sfera pubblica deliberativa in un contesto rifeudalizzato, ma anche la possibilità di riattivarla attraverso pratiche professionali individuali (Habermas, 1962). In chiave bourdieusiana, testimoniano la tensione costante tra capitale simbolico e capitale economico, tra l'autonomia del campo e la sua subordinazione al mercato (Bourdieu, 1996). In chiave halliana, esprimono la necessità di resistere alle codifiche dominanti che orientano la decodifica del pubblico verso la spettacolarizzazione (Hall, 1980). In chiave adorniana, denunciano il rischio che il giornalismo si riduca a prodotto dell'industria culturale (Adorno e Horkheimer, 1947). In chiave contemporanea, infine, evidenziano come la platformization (Van Dijck, 2019) e le metriche algoritmiche condizionino profondamente la visibilità delle notizie, spingendo verso logiche di engagement che spesso confliggono con la responsabilità professionale.

In conclusione, le interviste a Borrometi e Ricciardelli rafforzano l'idea che il giornalismo contemporaneo, pur attraversato da crisi profonde, non abbia perso la

propria vocazione etica. Esso continua a essere percepito da molti professionisti come missione e come resistenza: missione, perché implica un impegno a raccontare la verità e a fornire strumenti di comprensione critica alla società; resistenza, perché richiede di opporsi alla violenza mafiosa, alle pressioni politiche, alle logiche di mercato e alla spettacolarizzazione. Il giornalismo di inchiesta, così inteso, non è solo produzione di notizie, ma costruzione di senso collettivo e presidio democratico. È questo il lascito più importante delle voci raccolte: la conferma che, nonostante le trasformazioni strutturali e le pressioni del presente, esiste ancora un giornalismo capace di concepirsi come bene pubblico, come strumento di emancipazione e come atto di coraggio.

## **CONCLUSIONE**

Il percorso sviluppato in questa tesi ha messo in luce come il giornalismo, lungi dall'essere una pratica lineare e neutrale, costituisca un processo sociale complesso, inscritto in dinamiche storiche, culturali, economiche e tecnologiche. Esso si colloca in una posizione paradossale: da un lato appare fragile, sotto attacco da più fronti, indebolito nelle sue basi economiche e sfidato dalla moltiplicazione delle fonti informative; dall'altro si rivela più che mai necessario per la vita democratica, in quanto istituzione capace di mediare tra i fatti e l'opinione pubblica, di attribuire senso a eventi dispersi, di offrire strumenti critici per la comprensione del mondo.

Il primo capitolo ha mostrato come le teorie sociologiche della comunicazione abbiano fornito una lente preziosa per comprendere il ruolo dei media e del giornalismo. Lasswell ha sottolineato la dimensione funzionale del processo comunicativo, insistendo sul rapporto tra messaggio ed effetti. Lippmann ha introdotto la nozione di "pseudo-ambiente", mettendo in luce la distanza ineliminabile tra la realtà e le rappresentazioni mediate che guidano l'opinione pubblica. Lazarsfeld e Katz hanno complicato la visione meccanicistica della comunicazione, mostrando come l'influenza dei media sia mediata da reti sociali e da opinion leader. Merton, con la distinzione tra funzioni manifeste e latenti, ha evidenziato l'imprevedibilità degli effetti comunicativi. Successivamente, Hall, Habermas, Bourdieu, Adorno e Horkheimer

hanno spostato l'attenzione sulle dimensioni critiche: la codifica e decodifica dei messaggi, la formazione della sfera pubblica, le pressioni del campo giornalistico, la mercificazione dell'informazione. Tutti questi contributi convergono in un punto centrale: il giornalismo non riflette semplicemente la realtà, ma la costruisce, selezionando e interpretando i fatti, e questa costruzione non è mai neutrale, ma intrisa di rapporti di potere e di condizionamenti culturali ed economici.

Il secondo capitolo ha analizzato le trasformazioni radicali che hanno investito il giornalismo nell'era digitale. L'avvento di Internet e dei social network ha messo in discussione il monopolio tradizionale dei giornalisti come gatekeeper, spalancando la possibilità per chiunque di produrre e diffondere contenuti. Questa democratizzazione ha ampliato il pluralismo, ma ha anche indebolito l'autorevolezza delle fonti professionali, aprendo la strada a fenomeni di disinformazione e di manipolazione. La crisi economica del settore, aggravata dallo spostamento della pubblicità verso le grandi piattaforme, ha costretto molte testate a ridurre gli investimenti nell'inchiesta e a privilegiare logiche di clickbait e di immediata attrattività. L'informazione tende sempre più a inseguire la velocità e l'emozionalità, sacrificando l'approfondimento e la complessità. Al tempo stesso, il giornalismo vive una crescente dipendenza dalle piattaforme digitali, i cui algoritmi determinano la visibilità delle notizie e, di conseguenza, la loro capacità di incidere sul dibattito pubblico. Tuttavia, il digitale non è solo una minaccia: esso ha anche aperto spazi di innovazione, favorendo modelli di business alternativi, collaborazioni internazionali, nuove forme di giornalismo investigativo basate su tecniche di analisi dei dati. La sfida consiste nel saper cogliere queste opportunità senza smarrire i principi fondamentali della professione.

Il terzo capitolo ha rappresentato il banco di prova di queste riflessioni, applicandole al caso dell'arresto di Matteo Messina Denaro. L'evento, di portata storica e simbolica enorme, ha catalizzato l'attenzione dei media italiani e internazionali. La sua copertura ha mostrato in maniera esemplare la tensione tra informazione rigorosa e spettacolarizzazione. Da un lato, alcuni giornalisti e testate hanno cercato di ricostruire il contesto storico e sociale, di restituire la complessità della figura del boss e del

sistema mafioso in cui era inserito. Dall'altro, molte narrazioni hanno ceduto alla logica dell'infotainment, indulgiando su dettagli marginali, trasformando l'evento in una sorta di serie televisiva a puntate, enfatizzando l'aspetto emozionale e riducendo la dimensione investigativa. Questo scarto dimostra come il giornalismo sia spesso diviso tra la necessità di approfondire e la pressione a intrattenere. L'intervista a Tommaso Ricciardelli ha aggiunto una prospettiva preziosa, mostrando dall'interno le difficoltà del giornalismo antimafia e la necessità di difendere uno spazio per l'inchiesta rigorosa, capace di andare oltre le logiche del mercato e della spettacolarizzazione.

Dall'insieme di queste analisi emergono alcune considerazioni conclusive. In primo luogo, il giornalismo è insostituibile per la democrazia. Anche se la moltiplicazione delle fonti sembra aver reso superfluo il ruolo dei mediatori professionali, la realtà è che senza giornalismo l'opinione pubblica sarebbe esposta in maniera ancora più diretta alle manipolazioni, alle fake news, alle distorsioni prodotte da interessi economici e politici. L'esistenza di una professione giornalistica autonoma, dotata di etica e di strumenti di verifica, resta quindi fondamentale.

In secondo luogo, la crisi del giornalismo non va interpretata unicamente come declino. Essa può essere anche occasione di rinnovamento. Le nuove tecnologie permettono modalità di inchiesta impensabili fino a pochi anni fa; la collaborazione transnazionale ha reso possibile indagini come quelle dei *Panama Papers* o dei *Paradise Papers*, che hanno svelato intrecci di potere e di finanza globale. La digitalizzazione, se usata in maniera consapevole, può rafforzare il giornalismo invece di indebolirlo.

In terzo luogo, la sfida principale è culturale ed etica. Senza una rinnovata consapevolezza della propria funzione sociale, il giornalismo rischia di ridursi a mera industria dell'intrattenimento. Difendere l'etica della professione significa riaffermare la centralità della verità, la responsabilità verso il pubblico, la necessità di dare voce a chi non ce l'ha, la volontà di indagare i poteri nascosti. È un compito difficile in un contesto dominato dalla logica del mercato e dalla velocità digitale, ma è l'unico modo per preservare la dignità del giornalismo.

Il futuro del giornalismo dipenderà dalla capacità di coniugare innovazione e tradizione, tecnologia ed etica, velocità e profondità. Esso non potrà tornare al passato, ma dovrà reinventarsi continuamente. La speranza è che, pur tra mille difficoltà, il giornalismo sappia rinnovare la propria funzione critica e mantenere vivo il suo ruolo di cane da guardia della democrazia. In un mondo segnato da disinformazione, da polarizzazione e da crisi di fiducia nelle istituzioni, la sopravvivenza stessa di una sfera pubblica informata dipende dalla possibilità che il giornalismo continui a svolgere questa funzione.

In conclusione, se il giornalismo appare oggi fragile e in crisi, è proprio questa fragilità a renderne ancora più evidente la necessità. Difendere il giornalismo significa difendere la possibilità di una democrazia viva, di cittadini consapevoli, di una società capace di pensarsi criticamente. Questa tesi ha cercato di mostrare, attraverso l'analisi teorica, l'osservazione delle trasformazioni digitali e lo studio di un caso concreto, come il giornalismo resti un bene comune da preservare e da rafforzare. Il compito che attende le generazioni future di giornalisti, studiosi e cittadini è quello di non cedere alla tentazione di considerarlo superfluo, ma di impegnarsi a rinnovarlo, affinché possa continuare a essere ciò che è sempre stato: uno strumento di libertà, di conoscenza e di democrazia.

## **BIBLIOGRAFIA**

Adorno, T.W. and Horkheimer, M. (1947) *Dialectic of Enlightenment*. Amsterdam: Querido.

Allan, S. (2009) *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York: Peter Lang.

Anderson, C.W. (2011) 'Between creative and quantified audiences: Web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms', *Journalism*, 12(5), 550–566.

Anderson, C.W., Bell, E. and Shirky, C. (2014) *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*. New York: Tow Center for Digital Journalism.

Atton, C. (2003) 'Reshaping social movement media for a new millennium', *Social Movement Studies*, 2(1), 3–15.

Bakshy, E., Messing, S. and Adamic, L.A. (2015) 'Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook', *Science*, 348(6239), 1130–1132.

- Beer, D. (2017) 'The social power of algorithms', *Information, Communication & Society*, 20(1), 1–13.
- Benkler, Y., Faris, R. and Roberts, H. (2018) *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Bennato, D. (2011) *Sociologia dei media digitali*. Roma-Bari: Laterza.
- Boczkowski, P.J. (2021) *Abundance: On the Experience of Living in a World of Information Plenty*. Oxford: Oxford University Press.
- Bonini, C. (2023) 'Il manifesto di una vittoria', *la Repubblica*, 17 gennaio.
- Bourdieu, P. (1996) *Sur la télévision*. Paris: Liber-Raisons d'Agir.
- Bruns, A. and Highfield, T. (2012) 'Blogs, Twitter, and breaking news', in Bruns, A., Burgess, J. et al. (eds) *Twitter and Society*. New York: Peter Lang.
- Carlson, M. (2015) 'Metajournalistic discourse and the meanings of journalism: Definitional control, boundary work, and legitimation', *Communication Theory*, 25(4), 349–368.
- Carlson, M. and Lewis, S.C. (2015) *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. New York: Routledge.
- Castells, M. (2009) *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Chadwick, A. (2013) *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Couldry, N. (2004) 'Theorising media as practice', *Social Semiotics*, 14(2), 115–132.
- Couldry, N. (2010) *Why Voice Matters: Culture and Politics after Neoliberalism*. London: SAGE.
- Couldry, N. (2012) *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity.
- Couldry, N. and Mejias, U.A. (2019) *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford: Stanford University Press.
- Davies, N. (2008) *Flat Earth News*. London: Chatto & Windus.
- Dayan, D. and Katz, E. (1992) *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Deuze, M., Bruns, A. and Neuberger, C. (2007) 'Preparing for an age of participatory news', *Journalism Practice*, 1(3), 322–338.
- Deuze, M. and Witschge, T. (2018) *Beyond Journalism*. Cambridge: Polity.
- Esser, F. and Strömbäck, J. (2014) *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Fairclough, N. (1995) *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Flew, T. (2005) *New Media: An Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Fuchs, C. (2014) *Social Media: A Critical Introduction*. London: SAGE.
- Gillmor, D. (2004) *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol: O'Reilly Media.
- Graves, L. (2016) *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*. New York: Columbia University Press.
- Habermas, J. (1962) *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Neuwied: Luchterhand.
- Hall, S. (1980) 'Encoding/decoding', in Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. and Willis, P. (eds) *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson, 128–138.
- Helmond, A. (2015) 'The platformization of the web: Making web data platform ready', *Social Media + Society*, 1(2), 1–11.
- Hermida, A. (2012) 'Tweets and truth: Journalism as a discipline of collaborative verification', *Journalism Practice*, 6(5–6), 659–668.
- Hjarvard, S. (2008) 'The mediatization of society', *Nordicom Review*, 29(2), 105–134.
- Jamieson, K.H. and Cappella, J.N. (2008) *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford: Oxford University Press.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Karlsson, M., Clerwall, C. and Nord, L. (2017) 'Do not stand corrected: Transparency and users' attitudes to inaccurate news and corrections in online journalism', *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(1), 148–167.
- Lasswell, H.D. (1927) *Propaganda Technique in the World War*. New York: Knopf.
- Lazarsfeld, P.F. and Katz, E. (1955) *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe: Free Press.
- Lyon, D. (2018) *The Culture of Surveillance: Watching as a Way of Life*. Cambridge: Polity.
- Marwick, A.E. and Lewis, R. (2017) *Media Manipulation and Disinformation Online*. New York: Data & Society Research Institute.
- Maremosso (2023) 'Il caso Baiardo e l'arresto di Messina Denaro: informazione o spettacolo?', *Maremosso*, 18 gennaio.
- Marsala, A. (2023) 'Messina Denaro, l'"uomo d'onore" Andrea Bonafede e il sospetto di una donna fiancheggiatrice', *il manifesto*, 23 gennaio.

- McChesney, R.W. (2013) *Digital Disconnect: How Capitalism Is Turning the Internet Against Democracy*. New York: The New Press.
- McIntyre, L. (2019) *Post-Truth*. Cambridge, MA: MIT Press.
- McLuhan, M. (1964) *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Merton, R.K. (1968) *Social Theory and Social Structure*. New York: Free Press.
- Molyneux, L. and Holton, A. (2015) 'Branding (Health) Journalism: Perceptions, Practices, and Emerging Norms', *Digital Journalism*, 3(2), 225–242.
- Napoli, P.M. (2011) *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York: Columbia University Press.
- Napoli, P.M. (2019) *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*. New York: Columbia University Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andı, S. and Nielsen, R.K. (2023) *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Oxford: Reuters Institute.
- Nielsen, R.K. (2015) *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. London: I.B. Tauris.
- Pariser, E. (2011) *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin.
- Ricciardelli, T. (2023) *Intervista su "Parliamo di Mafia" e caso Messina Denaro*. Fonte primaria.
- Schudson, M. (1978) *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York: Basic Books.
- Schudson, M. (2008) *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Cambridge: Polity.
- Shoemaker, P.J. and Vos, T. (2009) *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge.
- Srnicek, N. (2017) *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity.
- Stroud, N.J. (2011) *Niche News: The Politics of News Choice*. Oxford: Oxford University Press.
- Sunstein, C.R. (2001) *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press.
- Thompson, J.B. (1995) *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity.
- Thompson, J.B. (2005) 'The new visibility', *Theory, Culture & Society*, 22(6), 31–51.
- Thurman, N. and Schifferes, S. (2012) 'The future of personalization at news websites', *Journalism Studies*, 13(5–6), 775–790.
- Tufekci, Z. (2015) 'Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency', *Colorado Technology Law Journal*, 13(2), 203–218.

Van Dijck, J. (2019) *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press (ed. italiana: UTET, 2019).

Van Dijck, J., Poell, T. and de Waal, M. (2018) *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford: Oxford University Press.

van Dijk, T.A. (2008) *Discourse and Power*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Wardle, C. and Derakhshan, H. (2017) *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Strasbourg: Council of Europe.

Waisbord, S. (2013) *Reinventing Professionalism: Journalism and News in Global Perspective*. Cambridge: Polity.

White, D.M. (1950) 'The "gate keeper": A case study in the selection of news', *Journalism Quarterly*, 27(3), 383–390.

Zuboff, S. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism*. New York: PublicAffairs.