

## Qual è il futuro del giornalismo?

**Pubblicato:** Venerdì 8 Novembre 2019



«Clay Shirky, giornalista americano, dieci anni fa disse che la società non ha bisogno di giornali; **ha bisogno di giornalismo**». Nella prima giornata di **Glocal 2019**, il festival di giornalismo organizzato dal nostro giornale, si è parlato del futuro del mondo dell'informazione, in perenne stato precario. **Alberto Puliafito**, giornalista che da anni si occupa di giornalismo digitale, **Marco Renzi**, direttore di **LSDI**, e il sociologo **Piero Dominici** si sono confrontati su quali possono essere le strade da percorrere dai giornali o, meglio, dal giornalismo.

«Innanzitutto – spiega Puliafito, che di recente sul tema ha scritto il libro **Slow News** insieme a Daniele Nalbone – non dobbiamo difendere i giornali, che sono un medium come un altro; se tra 20 anni mi vedrete difendere lo smartphone, internatemi. Quando si sente dire che bisogna difendere la carta, è una cavolata».

Il giornalismo, in qualsiasi forma, è in crisi. Crisi dovuta al cambiamento radicale portato dal digitale: «Come aveva previsto Shirky 10 anni fa, il giornalismo va salvato; aveva previsto la nascita di molti progetti, alcuni destinati a fallire, altri no». Alcuni esempi li porta Puliafito, che in questi anni ha girato il mondo per scoprire alcune realtà, piccole e grandi, che stanno cambiando il sistema.

«Un bell'esempio è **Delayed Gratification**, una rivista inglese trimestrale che, orgogliosamente, rivendica di essere "l'ultima ad arrivare sulle notizie". Tra l'altro è di carta, quindi se il prodotto è di qualità può funzionare anche con i mezzi tradizionali». Come riporta il loro sito, le notizie oggi «arrivano subito, in un ciclo frenetico per cui è più importante dire le cose per primi invece che dirle giuste. Delayed Gratification ripercorre le news dopo che la polvere si è assestata, per dare una giusta analisi sulle cose che contano».

«Oppure – continua Puliafito – c'è la bella realtà di **The Correspondent**: una startup online nata recentemente, che prevede **un giornalismo senza pubblicità pagato dai lettori** o, meglio, **dai membri di una comunità**. Il metodo di abbonamento è veramente originale: il consiglio è 100 euro, che considerano il prezzo giusto per il loro giornalismo. Ma chi vuole iscriversi può pagare quello che vuole, o quello che può. Fanno pochi articoli al giorno, spesso decisi con i lettori che sono parte attiva del giornale». Una delle problematiche individuate da Puliafito è proprio il metodo di finanziamento dei giornali: «Se i giornali sono gratis, i ricavi dipendono interamente dalla pubblicità, se non da inserzioni mascherate da articoli, spesso di qualità scadente. Ma questi metodi – avverte – sono tra le cause della crisi del settore». Altri esempi di giornali che, tra l'accesso completamente libero e il *paywall*, hanno trovato una via di mezzo, c'è per esempio il **Guardian**. L'autorevole quotidiano britannico permette **l'accesso gratuito a tutte le notizie sul proprio sito**, ma rende disponibili modalità di **abbonamento a pagamento oppure donazioni**: l'anno scorso sono riusciti a chiudere i bilanci in attivo. In Germania, invece, si è diffusa da tempo **la divisione tra articoli gratuiti e premium**: quotidiani come il **Süddeutsche Zeitung**, il **Frankfurter Allgemeine Zeitung**, o i settimanali come lo **Zeit** e lo **Spiegel**, permettono a tutti la lettura di molti articoli di qualità, e in più alcuni articoli, più di approfondimento, per gli abbonati. Una strada che più recentemente ha provato a percorrere anche **Repubblica**.

Piero Dominici ha quindi analizzato i cambiamenti che il digitale ha portato nella società. Cambiamenti a cui, in parte, non siamo riusciti a far fronte: «Pensavamo che il digitale avrebbe portato

semplificazioni e rinsaldato i legami della società. Non è così: oggi viviamo nell'era dell'individualismo. C'è la tendenza a confondere i sistemi complessi con quelli complicati, a prendere la complessità alla leggera, senza approfondire i temi che via via si affrontano. Si pensa, e questo lo definisco l'errore degli errori, che il contrario di complessità sia semplificazione. Niente di più sbagliato: il suo contrario è il **riduzionismo**». La responsabilità maggiore per Dominici è del sistema educativo: «Finora non è riuscito minimamente a gestire la rivoluzione digitale. Lo dimostra il fatto che viviamo in un'epoca in cui abbiamo a disposizione miliardi di dati, ma non siamo capaci di analizzarli. Pensiamo che tutti i dati in cui ci imbattiamo siano dati di fatto, che parlino da soli, e che il supporto degli esperti non serva più, ma non è così».

E i dati sono, ovviamente, un aspetto precipuo nel giornalismo. Ma il compito del giornalista, oltre a saperli interpretare, è decidere cosa raccontare. Spiega Puliafito che «da molti anni va di moda parlare di giornalismo *watchdog*, ovvero come guardiano del potere. E il risultato è che **per molti i giornali devono parlare solo di cose negative**. Se facessimo un esperimento, e provassimo a stare a casa una settimana guardando programmi e leggendo giornali all news, probabilmente non vorremmo uscire più di casa. Ma i giornalisti devono parlare anche di quello che funziona. Do due notizie: dall'ottocento a oggi, le persone in estrema povertà sono notevolmente calate, e in Italia la percentuale di analfabetismo nella popolazione è diminuita, a dispetto delle psicosi sull'analfabetismo di ritorno».

Marco Renzi si concentra sulla gestione delle nuove tecnologie che, comunque, hanno aperto mondi nuovi in tantissimi campi, compreso il giornalismo: «Il **Washington Post**, un giornale dalla struttura atipica e impossibile da imitare (il proprietario è Jeff Bezos, proprietario di Amazon e attualmente secondo uomo più ricco al mondo, ndr), ha recentemente assunto un *foia director*; si tratta di un giornalista che si occupa delle notizie che si possono ricavare dai documenti delle pubbliche amministrazioni». Il foia è il '**freedom of information act**', la legge, vigente anche in Italia, che permette a tutti, anche ai semplici cittadini, di risalire ai documenti della PA. «Inoltre – continua il direttore di LSDI – ha un giornalista che lavora esclusivamente su **TikTok**». È un social network cinese utilizzato dai giovanissimi, e che ha già **1,4 miliardi di utenti nel mondo**. «Un altro, invece, passa le giornate su **Fortnite**, un videogioco che va tantissimo tra i ragazzi sotto i 20 anni; gioca, interagisce con gli utenti e scrive dei pezzi sulla testata». Sul sito si possono trovare tantissimi articoli.

Pensare a dei giornalisti su Fortnite, TikTok o Instagram è sicuramente straniante. Ma forse doveroso, perché come dice Renzi «una ricerca americana ha constatato che la maggioranza dei 17enni americani non credono ai media, ai giornalisti e ai professori. Quindi è giusto intercettarli sulle piattaforme che utilizzano». Poi lancia una stoccata a Luigi Marattin, il parlamentare vicino a Renzi – Matteo – che aveva proposto nei giorni scorsi la carta d'identità obbligatoria per iscriversi ai social network (da molti dichiarata **infattibile e controproducente**). Lo fa mentre Dominici denuncia la tendenza a «semplificare tutte le questioni complesse. Si tende a leggere tutto usando la stessa cassetta degli attrezzi».

Chi in Italia ha provato qualcosa di innovativo sulle nuove piattaforme sono i ragazzi di 'Un gioco di società': un'inchiesta, interamente fatta su Instagram, sul perché i centri storici si stanno lentamente svuotando. È stata realizzata da tre ragazzi, **Maurizio Franco, Matteo Garavoglia e Ruggero Scotti**, coordinati da **Giovanni Tizian**: «Un giornalista di esperienza- spiega Renzi – sotto scorta dopo aver indagato sulla presenza della mafia nell'Emilia Romagna. Ma che è ancora precario, come moltissimi suoi colleghi».

di Marco Caccianiga

