

Monfreda: “Il giornalismo oggi è scegliere che cosa non pubblicare”

Pubblicato: Sabato 13 Novembre 2021



Giornalismo lento e giornalismo veloce: è davvero contrapposizione tra giornalismo digitale e giornalismo cartaceo? O è un modo diverso di concepire e fare giornalismo? Annalisa Monfreda direttrice responsabile di Donna Moderna e Giovanni Tateo, direttore editoriale di [menelique](#) ne hanno parlato in un incontro a Glocal, il festival del giornalismo digitale. E la conclusione è stata che non c'è contrapposizione ma sono due modi di fare informazione complementari.

Il **chiodo fisso** dei giornalisti è **dare per primi la notizia**. Si lavora di fretta per cavalcare l'attualità. C'è una **controindicazione** però: i lettori rischiano di annegare in un **mare di informazioni** e, più che essere informati, si sentono spaesati. Bisogna chiedersi, quindi, se non sia meglio privilegiare un giornalismo più lento, di sintesi e approfondito.



Chi fa della **lentezza un valore** è proprio il settimanale. [Donna Moderna](#) ne è un esempio: «Il settimanale fa un giornalismo che una volta era molto veloce. Adesso, rispetto ai social, è un giornalismo lentissimo. Resta comunque il dovere di stare nell'attualità e di non creare confusione», spiega la **direttrice Annalisa Monfreda**. L'attenzione del giornalista, dunque, deve essere sempre massima, soprattutto sui temi sensibili come la salute: qui gli errori si pagano a caro prezzo. «Gli sbagli derivano dal fatto che il giornalista è sollecitato a stare sempre sul pezzo. Sui **temi caldi** – continua Monfreda – **serve anche un giornalista che stia un passo indietro**, e decida di parlare quando ci sono delle certezze che consentono di dare chiarezza». Altrimenti è meglio non scrivere: «**Il giornalismo è soprattutto cosa non scrivo e non cosa scrivo**».

Ma quali sono le forme principali di giornalismo lento? «La prima è il **giornalismo esplicativo**, ossia quello che mette in ordine i fatti e spieghi le cose. La seconda è quella che accompagna la formazione culturale del lettore: i temi vanno strutturati nel tempo, così da **accompagnare lentamente la trasformazione culturale del lettore**», sottolinea la direttrice. Che suggerisce però di evitare il paternalismo: «Nessuno vuole sentirsi dire cosa deve fare dai giornali».

Meritare i soldi del lettore

Fare giornalismo lento però non è semplice. La difficoltà più grande è di natura economica: spesso mancano i soldi. Qualcosa tuttavia sta per cambiare: «**Le persone stanno tornando a pagare per l'informazione**», dice Monfreda. «Il fatto che molti siti abbiano messo il paywall sta spingendo anche gli indecisi. Ma **se paghi** e dai un valore, **esigi qualità**. La sfida di oggi è **meritarsi i soldi** e il tempo del lettore». Bisogna quindi farsi una domanda, conclude la direttrice: «Siamo in grado di produrre qualcosa che meriti i soldi del lettore? Oggi chi ci legge è diventato davvero esigente. Se dall'articolo non gli resta niente, allora quanto scritto al suo interno non ha valore».

Della stessa opinione è anche **Giovanni Tateo**, direttore editoriale di [menelique](#): «**I lettori ci finanziano perché siamo indipendenti**. Pagano per garantire la nostra autonomia. Questo però esaspera le **critiche**. Ci arrivano email dove ci chiedono perché non abbiamo trattato certi

argomenti. **Non dobbiamo scoraggiarci.** Sono proprio queste email che ci indicano la via». I giornalisti, dunque, non devono temere il lettore. Anzi, devono stargli vicino e andarlo a cercare. Dove? Sui social: «**Anche il giornalismo lento deve avere a che fare con i social.** A menelique li usiamo per contattare direttamente il lettore. Il prossimo numero farà 2.500 copie e per adesso siamo soddisfatti», ha concluso Tateo.

di Luca Carrello