

PLENARIA CGIE: IL GIORNALISMO TRA WEB, FAKE NEWS E NUOVE PROFESSIONALITÀ

ROMA\ aise\ - Michelangelo Bonessa, Marco Mele e Paolo Pagliaro: loro i relatori del Convegno sull'informazione italiana all'estero iniziato questo pomeriggio alla Farnesina con gli interventi del sottosegretario all'editoria Vito Crimi e Francesco Iannelli, che alla Presidenza del Consiglio coordina l'ufficio competente per il sostegno all'editoria. Organizzato dalla Commissione Informazione del Cgie e dalla Fusie – Federazione Unitaria della Stampa Italiana all'Estero, il convegno, come spiegato dal Presidente Cretti, ha voluto offrire un momento di confronto con il Governo, ma anche di formazione e aggiornamento per gli editori e i giornalisti presenti. Delle potenzialità dell'informazione online ha parlato Paolo Pagliaro, secondo cui, comunque, "parlare di potenzialità è riduttivo". Lo spartiacque per il settore dell'informazione è stato il 17 dicembre 2006: "in quel giorno uscì la Coopertina di Time con l'unomo dell'anno: c'era la foto di un pc, al posto dello schermo uno specchio, e la scritta "you", cioè erano persone dell'anno tutti quelli che avevano partecipato alla democrazia digitale". Oggi i lettori generano a loro volta informazioni. Nel mondo ci sono 2 miliardi e mezzo di account e altrettanti siti. "Si va verso una democrazia a partecipazione diretta? O, come credo, verso un fenomeno che, se non gestito, non accresce la democrazia ma la riduce?". Insomma, il "grande progresso nasconde una grande insidia: ci sono oggi tanti frammenti di realtà, ma nessuna di queste schegge riesce a dare, da sola, un'idea del mondo. A questo servivano i media alimentati dal giornalismo professionale: a dare un senso ai rumori dell'attualità". La rete ha prodotto "il declino informazione tradizionale, in tutto l'Occidente". Citati i dati su fatturati e pubblicità con i colossi del web a farla da padrone e le briciole lasciate agli altri, Pagliaro ha parlato di una vera e propria "concorrenza sleale dell'industria digitale" visto che essa "non è sottosta alle regole dei media tradizionali: paga poche tasse, rivendica la propria irresponsabilità rispetto ai contenuti che pubblica; non rispetta diversi articoli del codice penale: 494 (sostituzione di persona), 656 (divieto di diffusione informazioni false e tendenziose), 612 (minaccia), 612 bis (stalking), 595 (diffamazione), 660 (molestie), senza contare l'ingiuria e la privacy". Se questo è lo scenario, per Pagliaro "nel futuro dell'informazione ci deve essere il ripristino dei principi di responsabilità e legalità, con un diverso ruolo dell'informazione che, grazie anche a nuove professionalità, non è più succube della rete ma capace di utilizzarla. L'industria dell'informazione deve declinare contenuti in nuovi formati digitali", ha aggiunto Pagliaro citando la rivoluzione che Besos ha portato al Washington Post. "L'industria dovrà conquistare la rete e non subirla, investendo su giornalismo e tecnologia", e poi dovrà "dare spazio ai giovani, chiedendo loro idee e prodotti", ma soprattutto dovrà "investire in credibilità e reputazione" e cioè "fact checking" e annersi alle "regole d'oro del mestiere, verificare i fatti e riportarli con onestà, non spacciare per fatti le proprie passioni né le proprie idee come verità, sulla carta così come in rete". Una rete piena di rischi a sentire Michelangelo Bonessa secondo cui il mondo si divide in chi è stato hackerato e chi non lo sa. Direttore del Milano Post e formatore, Bonessa ha esordito dicendo che "la questione non è come affrontare il cambiamento, perché è già avvenuto". D'altronde non si può avere una rete sicura: "l'idea di internet sicura, con contenuti controllati e veicolati esiste, si chiama Cina. Sicuri che è questo il modello che vogliamo?", ha chiesto Bonessa che alla platea di editori e consiglieri ha spiegato cos'è Thor – "un sistema per navigare online diffuso che garantisce l'anonimato, almeno fino a qualche anno fa", usato da diverse testate come il New York Times "che così rende più sicuri i suoi corrispondenti all'estero o i suoi lettori in tante parti del mondo" – e inviato la platea ad essere "consapevole degli strumenti che abbiamo. Utilizzare internet come una piattaforma controllata ci fa diventare la Cina; se attuiamo buone pratiche possiamo migliorare anche la qualità dell'informazione". "Grazie a internet oggi un giornale può essere nazionale ed estero insieme", ha riflettuto, ma l'importante è conoscere il mondo che cambia. Che significa sapere che "Amazon non fa i soldi con il commercio online, ma affittando i suoi processori a Google e compagnia che hanno una mole di dati da processare infinita", che esiste un dark web dove tutto è in vendita e tutto è controllabile, e che presto Facebook sarà a pagamento. "La rete è pervasiva. La questione non è affrontare sì o no internet, ormai c'è. Oggi vende più la biografia di Cassano che un premio Pulitzer, ma la cultura non è morta". A Marco Mele, giornalista per 30 anni al Sole 24ore, il compito di parlare di come è cambiato il mestiere. "Oggi è in gioco la nostra sopravvivenza", ha sostenuto Mele secondo cui quello che viene messo in discussione è "il ruolo della mediazione giornalistica". "Il giornalismo si è consegnato a internet già debole. Ha indebolito la propria legittimità rispetto ai lettori", anche a causa di una "enorme omologazione" tra giornali "già prima dell'avvento di internet. Oggi perdi il pubblico perché non è più pubblico: i nostri lettori oggi sono interlocutori, che spesso sul singolo problema ne sanno più di noi. C'è un enorme problema di conoscenza" secondo Mele e questa lacuna va colmata. Non si tratta solo di fake news – "ormai il 50% sono bot, cioè generate da macchine" – o il caso dati esploso a Londra tra Facebook e Cambridge Analytica. "La sfida è più difficile: oggi l'atteggiamento del governo non è contro la stampa, è che la considera irrilevante, i voti si prendono in un altro modo". Tornando alle lacune, per Mele "occorre a tutti i giornalisti un aggiornamento professionale continuo e quotidiano, non puoi non studiare". Bisogna "ritrovare credibilità, la capacità di narrare la realtà, cosa persa in Italia", e questo si fa "dando delle garanzie agli interlocutori" cioè ai lettori, prima tra tutte "non rappresentare determinati interessi". La strada futura passa per la "costruzione di reti di giornalisti, perché nessuno da solo ce la fa, internet chiede delle reti, di mettere

insieme le forze, di scambiarle, di creare una capacità di individuare un pubblico e dare ad esso un'informazione personalizzata, ma non nella maniera di disgregazione sociale di oggi, come accade nelle echo chamber. Ecco perché "mai come oggi serve un servizio pubblico. E la Rai non è preparata a farlo. La sfida vera" per Mele è "sopravvivere nella rete. Giornalisti ed editori devono costruire progetti che vadano oltre gli attuali confini, devono cercare innovazione e praticarla, ma si deve lavorare sul data journalism, o sul journalism long form, sugli approfondimenti che facciano capire che succede". Importante, poi, che "giornalisti ed editori ritrovino un rapporto con le università e la ricerca". Il mestiere è cambiato: "scrivere il pezzo e andare a casa non esiste più, perché se non viene discusso sui social non ha senso. Dobbiamo accettare che si fa il giornalista 24ore al giorno". E poi c'è l'aumento del desk redazionale: "il giornalista non firma più l'articolo, ma si limita a rielaborare le agenzie; a quel punto siamo vicini al robot journalism". Serve "innovazione, con un occhio preciso al giornalismo vero, indipendente dai poteri, che faccia il cane da guardia, che faccia investigazione, perché solo così si recupera legittimità di fronte ai nuovi pubblici. Nessuno si illuda di mantenere le piccole risorse che uno ha: si deve uscire dalle proprie isolette e cominciare a fare connessioni, anche tra chi parla in italiano all'estero. Che significa anche parlare l'italiano "vero". Sono spariti i tempi dei verbi, ormai si parla solo al presente, forse un segno dei tempi". (ma.cip.\aise)