

L'INTERVISTA L'AUTORE DI "BLOG GENERATION" ANALIZZA I CAMBIAMENTI IN ATTO NEL MONDO DELL'INFORMAZIONE. IN BALLO LA FIDUCIA DEI LETTORI

# La Rete? «Opportunità per l'informazione libera»

## Granieri, esperto di comunicazione online: «Il ruolo dei media tradizionali non è in discussione»

### Tendenze

Cresce il numero di navigatori in cerca di news

Internet come alternativa ai quotidiani? Ormai il dibattito nel mondo dell'editoria è aperto. Ma guai a far passare la discussione come una sorta di guerra santa tra carta e byte. Il problema non è tanto il supporto, quanto l'atteggiamento del lettore di fronte al flusso d'informazioni che ogni giorno gli piomba addosso. Dalle tv, dalle radio, dai giornali, dalla Rete. Oggi la novità più importante è rappresentata senz'altro dall'interattività, dalla possibilità cioè di partecipare al completamento di una notizia, di controllarla, "dal basso", la sua attendibilità. Già avviene con i weblog e con alcune testate online. Ma c'è anche un altro elemento da non sottovalutare: la questione dei costi/rischi. Gli ultimi dati diffusi dall'associazione che raccoglie alcuni dei principali gruppi editoriali europei (Online Publishers Association) indicano in un +41% l'aumento dei guadagni complessivi registrati dal settore nell'anno 2004. E per il 2005 si prevede un ulteriore +25%. Ma qual è l'atteggiamento dei lettori italiani rispetto all'informazione online? Un'idea la si può avere attraverso i dati di un'indagine svolta dal giornale *.Com.* è su un campione di 1.024 navigatori, tra 18 e i 55 anni. Ecco alcuni punti: per il 34% degli intervistati ogni momento è buono per dare un'occhiata alle notizie, soprattutto la mattina (per il 54%), al pomeriggio (il 46%), approfittando anche del computer dell'ufficio (il 32%). Ma l'informazione online vede il massimo delle visite in momenti di crisi internazionali (23%) o in occasione di qualche fatto di cronaca davvero straordinario (17%). Solo il 12% del campione dichiara la necessità di collegarsi per avere le ultimissime notizie per motivi di lavoro. Le news in Rete possono quindi reggere il confronto con gli altri media? Il 24% (un intervistato su quattro) ha risposto sì, mentre il 21% ritiene che essa sia solo completamente a quella tradizionale. E poi ancora: il 62% ritiene i giornali elettronici più aggiornati, completi (il 51%) e liberi (il 43%), rispondenti maggiormente ai loro reali interessi (il 29%), anche se giornali e tv restano più autorevoli (per il 54%) e dettagliati (il 39%), ma anche maggiormente controllabili (per il 45%). Per il futuro cosa si aspettano i navigatori dell'informazione online? Il 18% la vorrebbe più autorevole, e più multimediale (per il 29%). Nessuna illusione però: il 31% del campione ritiene prematuro sostituire i media tradizionali con l'online, a fronte di un 27% che sostiene che dipenda soprattutto da come si svilupperà. Ottimista, invece, il 21% degli intervistati secondo i quali il supporto cartaceo ha i giorni contati. Riferendosi, in generale, alle aspettative è emerso: un italiano su quattro ritiene che debba rimanere un servizio gratuito, tant'è vero che uno su due, ovvero il 46% degli intervistati, si è dichiarato non disposto a pagare. Anche perché, riferisce il 32%, è la gratuità dei servizi che distingue Internet dagli altri media, se no "tanto vale comprare il giornale" (17%).

«Oggi è possibile immaginare una generazione trasversale di persone che per la prima volta si confronta con l'informazione in modo diverso». Giuseppe Granieri è un attento osservatore delle dinamiche socio-culturali della Rete. Di recente ha pubblicato per *Larzerza* il libro *Blog generation*, alla prima ristampa dopo appena tre mesi dall'uscita. «Internet - fa notare - ci sta ricordando che possono esistere diversi punti di vista e che abbiamo una capacità critica per riassembliarli. Inoltre, abbiamo tutti un canale per effettuare quella che tecnicamente è una "rimediazione" e per mettere in circolo anche la nostra opinione. Questa situazione apre alcuni scenari completamente nuovi e ci obbliga a rivedere le nostre categorie interpretative». Ma la "blog generation" può davvero cambiare il modo di fare informazione? «Forse sarebbe più corretto dire che sta cambiando il modo di ricevere e di rielaborare l'informazione. Il ruolo dei media tradizionali non è assolutamente in discussione, perché la Rete non avrà mai le risorse per una copertura efficace delle notizie, né ambisce a ricoprire questo ruolo. Quello che in Rete si fa è, spesso, appropin-

quante di informazioni disponibili: come è possibile orientarsi? Quali possono essere gli strumenti? «Per molti intellettuali Internet non è il luogo della qualità delle informazioni, piuttosto della quantità, volendo indicare spesso con "quantità" la preponderanza di spazzatura. Tuttavia questo giudizio è viziato da un'analisi superficiale, che compara la Rete ai media tradizionali, trascurando il fatto che non è possibile il paragone. Il lavoro dei media tradizionali era prima filtrare, poi pubblicare il meglio. Questo perché non c'era abbastanza spazio per pub-

care tutti i messaggi di tutti gli emittenti. Internet invece consente proprio questo e sposta il ruolo di filtro o di "mediatore" nella capacità critica di ciascun individuo. Evidentemente questa situazione deve accompagnarsi con una crescita culturale, inevitabile, che porterà verso l'individuazione dell'informazione literacy come parte integrante dell'alfabetizzazione. D'altra parte tutti gli sviluppatori di software attualmente stanno ragionando non su come ridurre o selezionare informazioni, ma su come costruire applicazioni in grado di supportare l'informazione literacy».

«Come si trasforma, in questo contesto, il ruolo del giornalista e quello del lettore? «Credo che la Rete insegnerà ai giornalisti a citare le fonti, un atteggiamento che aumenta l'autorevolezza, non la diminuisce. Con il tempo, inoltre, porterà sempre più verso un giornalismo da punto di vista poiché oggi appare abbastanza chiaro che non si può sostenere la verità rivelata quando una semplice visualizzazione di *Google news* fa comparare al lettore i diversi modi di trattare una notizia e di raccontarla i fatti. Quello che Internet ha già insegnato, almeno negli Stati Uniti,

è che dopo aver pubblicato il pezzo è sempre utile andare a vedere cosa ne pensano i lettori. Una prassi, questa, che toglie il giornalista dall'isolamento e gli regala dei feedback importanti per il suo lavoro. Dai giornalisti, spero, la gente imparerà che esiste un'etica nell'informazione». Blog è sinonimo di libertà d'espressione: esiste - a tuo giudizio - il rischio che una volta riconosciuta la funzione di questo strumento, qualcuno tenti di addomesticarne l'eccessiva indipendenza? «Negli Stati Uniti hanno già sviluppato tecniche abbastanza affidabili per

Giuseppe Granieri, autore del libro *Blog Generation*

**"Internet con i suoi innumerevoli strumenti sposta il ruolo di filtro o di 'mediatore' nella capacità critica di ciascun individuo"**

dire, ricostruire, associare informazioni. Se arriverà qualche cambiamento nell'informazione ufficiale, sarà, probabilmente, nella trasparenza e nell'accuratezza con cui viene trattata una notizia». Rupert Murdoch, il mese scorso, ha tracciato un quadro molto critico del mondo dell'informazione "tradizionale": i lettori - ha detto - vogliono controllare i media, invece di essere controllati. Aggiungendo che Internet ha cambiato il panorama dei giornali e delle news e che gli editori devono prenderne atto. Eppure fino a qualche anno fa la Rete era vista con qualche sospetto. Cosa sta succedendo? «Murdoch si limita a registrare una diffusa sfiducia verso i gruppi editoriali, percepiti come legati a vicende di potere e quindi non considerati affidabili da molti cittadini. Da un punto di vista mediatico, si tratta di aziende la cui mission è

### Blog, il Web che diventa persona

#### Milioni di voci che creano confronto e pluralismo

di Antonio Soffi\*

"Popolo di internet" è una formula spesso usata per ridurre la complessità di cui il Web brulica. Ma quello di internet è davvero un "popolo", o un "pubblico"? È composto da "navigatori solitari", o da "comunità" più o meno coese? Una cosa è certa. Il punto di partenza, quando si parla di internet, devono essere le persone: se da esse si prescinde, il rischio è capirci poco. Il Web si modella continuamente intorno alle persone che lo usano; e le persone che lo usano lo trasformano, di click in click, a loro immagine e somiglianza. Da un po' di tempo il Web sta cambiando - o stanno cambiando coloro che lo abitano. E non è solo questione di bande larghe, o di multimedialità più o meno spinte, quanto l'effetto dell'onda d'urto di "sistemi evoluti" di lettura/scrittura che stanno popolarizzando la pubblicazione on line, e rivoluzionando l'approccio cognitivo alla Rete. I weblog ne sono l'esempio più eclatante, anche dal punto di vista quantitativo: le stime più caute ne contano più di dieci milioni in tutto il mondo. Attraverso un blog chiunque, oltre che leggere internet, può anche scriverla, pubblicando a basso costo e facilmente su un sito visibile (potenzialmente) a tutti.

Il Web che si modella intorno alla presenza dei blog è un Web fatto di milioni di persone che conversano con la loro voce: tra di loro, in piccoli o grandi gruppi, su temi d'interesse condivisi. Milioni, ma persone. È la seconda ambivalenza della Rete, che trova proprio nei blog personali la sua consacrazione quale ambiente mediale in grado di combinare dimensione di massa e voce dei singoli individui: «il web ci insegna che possiamo far parte del più grande pubblico mai aggregato e nondimeno conservare il nostro volto di individui», spiega David Weinberger.

Milioni di persone scrivono sulla Rete, ogni giorno, nei propri blog, sugli argomenti più diversi: i weblog creano nuove modalità attraverso le quali una singola persona può agire all'interno della sfera pubblica. Que-

sto semplice dato di fatto ridefinisce profondamente l'ecosistema mediale di cui anche internet fa parte. I blog riescono, di fatto, a "dare voce" ad una larga fetta dell'audience tradizionale, che da massa più o meno afona e indistinta diventa un insieme di persone con potere di parola e pubblicazione. È corretto parlare ancora di audience, dunque? Fin dalla stessa etimologia, l'idea di audience richiama un ascolto passivo, vagamente otuso, di flussi di comunicazione provenienti dall'alto. Io trasmetto qualcosa, tutti ricevono: l'audience classica ha grandi orecchie ma non corde vocali. Una idea che mal si attaglia a chi usa internet in modo evoluto, grazie a tecnologie quali i blog. Che invece può pubblicare velocemente e senza intermediazioni sul proprio sito, nonché triangolare le proprie fonti informative, muovendosi in un ambiente basato sui link e adottando uno sguardo comparativo per farsi una opinione personale. Che può, infine, discuterne pubblicamente con gli altri. Si produce un nuovo ecosistema mediale in cui singole persone si fanno media, ovvero produttori di informazione e comunicazione. In cui l'audience afona che gli old media nutrivano paracadutando informazione dall'alto si trasforma in un network di persone che conversano. In cui l'egemonia dei media tradizionali è messa in discussione non già da una nuova tecnologia, o da un agguerrito concorrente, ma da quello che prima era semplice pubblico. Ma non c'è in realtà niente di cui aver paura: le milioni di nuove voci creano ricchezza - di informazione, di punti di vista, di idee. Come ha commentato un anonimo blogger a margine di una discussione sull'argomento: se vi stiamo criticando - si riferiva ai media tradizionali - è perché pensiamo che ciò che fate sia molto importante, e il silenzio sarebbe il suono, molto rumoroso, dell'indifferenza.

\*insegna Teoria e tecniche della comunicazione di massa all'Università di Firenze

**"Anche se scomparisse la carta stampata, sarebbe solo un problema di costi elevati del supporto del ruolo"**

«governare» il consenso attraverso la Rete. Fa parte del gioco. Lo stesso Howard Kurtz faceva notare in questi giorni sul *Washington Post* che Woodward e Bernstein avrebbero preso un sacco di botte dall'opinione pubblica se al posto degli "ingenui" comunicatori di Nixon ci fossero stati gli *spin doctor* mastini di Bush». Per concludere, secondo te la carta stampata è destinata a scomparire? «No, non credo. Sarebbe così solo se i costi di distribuzione dovessero aumentare ancora e i lettori diminuire. Molte testate americane hanno già registrato il superamento dei lettori online rispetto a quelli su carta. Ma anche qualora scomparisse la carta stampata, sarebbe solo un problema di costo del supporto, non di ruolo delle grandi media company».

(a. mon.)