

Comunicazione

# Internet, come ti "spilucco" le news

*Convegno su dieci anni di giornalismo on line alla Facoltà di Scienze politiche*



07 maggio 2007  
di Eva Spampinato

Ci sono certe conseguenze che spesso non possono essere definite affatto logiche. Per esempio, se aumentano i canali che veicolano informazioni, non necessariamente aumenta il pluralismo. È questa una delle conclusioni a cui si è arrivati durante l'interessante dibattito su un decennio di informazione on-line. Gli organizzatori dell'incontro - avvenuto venerdì scorso nell'aula magna della facoltà di Scienze Politiche - avevano infatti posto come tema principale l'interrogativo "Più comunicazione, meno informazione?". A testimoniare di come il mondo dell'informazione sia cambiato da dieci anni a questa parte, ovvero dall'introduzione del giornalismo sul web, studiosi e operatori dell'informazione targata web 2.0, l'internet della seconda generazione.



Dall'infotainment prodotto dalla tv, si è passati all'infosnaking prodotto dalla rete. "Con internet cambia l'esperienza di chi fa e di chi produce le notizie, in base al canale utilizzato - ha spiegato la professoressa Graziella Priulla -: si 'spilucca' l'informazione con la logica dell' *infosnaking*". È lo "spuntino" d'informazione che cambia il modo di porsi di fronte alle notizie, e che fa dell'utente il nuovo *gatekeeper* degli anni zero.

Letteralmente si può tradurre con "spiluccare notizie", ed è la tendenza dei giovani americani - ma ormai generalizzata - a saltare da una notizia all'altra tramite l'utilizzo della rete e di altri media. "Si saltella da un sito all'altro, si fa un copia e incolla mentale delle notizie - ha continuato Priulla - caratterizzato da una superficiale emozionalità. I lettori sono animati da un epidermico desiderio del momento, senza una base culturale

che faccia porre attenzione al reale significato, ad esempio, dal termine "neogollista" associato al candidato presidente della Repubblica francese Nicolas Sarkozy. Un esempio che posso riportare da una recente esperienza avuta durante un corso di giornalismo. C'è, quindi, un'overdose di informazione che non corrisponde all'informazione. Per me - conclude la coordinatrice dell'incontro organizzato dalla Facoltà di Scienze politiche, con Guido Nicolosi, docente di Sociologia della comunicazione, dai Circuiti Culturali d'Ateneo e dalla casa editrice Ed.it - aumentare le voci non significa necessariamente aumentare il pluralismo".



"Grazie alle nuove tecnologie ci sono sempre più mezzi di informazione, ma se analizziamo i giornali on line più importanti - ha detto Umberto Coscarelli, della casa editrice sul web, Ed.it - ci rendiamo subito conto che non c'è quello che in molti si aspettavano. Il giornalismo on line somiglia sempre di più alla corrispondente versione cartacea. Parlo di un uso dell'informazione più critico e democratico. Invece alla fine c'è la stessa tendenza al sensazionalismo con articoli di cronaca nera e gossip. E' un'occasione sprecata visto che sul web non ci sono le stesse pressioni e la stessa 'esigenza di vendere'". A

fare il bilancio di questi primi dodici anni di giornalismo on line, è stato il giovane giornalista e autore del libro "Giornali.it", Andrea Bettini.

"Internet ha rivoluzionato il modo di scrivere gli articoli - ha detto il ventiseienne veronese, che ha fatto di "Giornali.it" la prosecuzione di una ricerca iniziata con la tesi di laurea in Scienze della comunicazione, premiata nel luglio 2005 al concorso "Io mi laureo con internet" indetto dall'Università degli Studi di Firenze e da Repubblica.it - e i quotidiani italiani hanno dovuto cambiare le loro strategie anche in base alle nuove linee della convergenza. Il precursore dei giornali on line fu "L'Unione Sarda" nel 1994, il cui editore era uno dei primi provider italiani. I primi grandi quotidiani a mettersi in rete, nel '95, furono La Stampa, il Corriere e la Gazzetta, che ancora non facevano dei veri prodotti on line, perché non producevano notizie. Nel '97 è la volta di Repubblica, che ha dato una svolta nel panorama dell'informazione on line. Ed è stato subito boom. Repubblica diventa leader in Italia, e lo è tuttora, ed è un caposcuola a livello internazionale. Uno dei motivi di successo è la presenza di una vera redazione per il web. Oggi solo il 14% dei quotidiani italiani ha un sito con redazione, mentre il 73% ha dei siti senza giornalisti che producano notizie dedicate".

Ecco, forse, cosa fa la differenza. Partecipazione del pubblico, indotta dalla convergenza, ma soprattutto dal contenuto che deve essere anche stimolante e curioso. "Il giornale perde così la sua monomedialità - ha commentato Enrico Escher, giornalista e docente di Comunicazione - e acquisisce una plurimedialità, aprendosi anche ai contenuti dei lettori. Ci sono casi in cui i giornali o le tv sul web possono essere fatte solo tramite i contributi della gente, come è successo in Corea. Ciò comporta una immensa ricchezza di fonti e il giornalista ritroverebbe il suo ruolo di gatekeeper, ovvero di selezionatore delle notizie". E il professor Luciano Granozzi apre le porte alle possibili ripercussioni incrociate tra quanto avviene in un medium e in un altro. "Bisogna tener presente - conclude il docente di Storia sociale dei media - l'idea di sistema dei media, in cui tutto è collegato. Partendo dai fattori tecnologico, economico e sociale".



E uno degli effetti della socializzazione e della democratizzazione della parola, è stato analizzato da Luca Conti, studioso di media e curatore del blog. "La passività su internet non esiste. La ricerca delle notizie è stimolata dalla curiosità e i blog sono un nuovo

modo di comunicare ed esprimersi tipico della generazione web 2.0".