

la Repubblica delle Donne

MAJORA CARTER CHE LOTTA PER L'AMBIENTE
SHEPARD FAIREY LO CHIAMANO IL NUOVO WARHOL
ELIF SHAFAK STORIE DI UNA TURCHIA PLURALE
SOCIETÀ SUDAFRICA

GIOVANI IN ATTESA
DI FUTURO

Anno 14° N.640 del 4 aprile 2009



la Repubblica delle Donne

4 aprile 2009 n. 640

130



97



42

IDEE

- 23 **Indizi D** di Julian Baggini
- 26 **Hotel America** di Vittorio Zucconi
- 28 **0086-0091: Call Cindia** di Federico Rampini
- 30 **Atomi** di Sylvie Coyaud
- 37 **Si parla D** Media, economia, scandali, etichetta, eco, culture, noir

ATTUALITÀ

- 24 **D PEOPLE**
Na Hong-Jin, Charbel Khalil, Muna Abu Sulayman, Kylie Minogue
- 42 **Reportage.** Fantasma Sudafrica di Emilio Manfredi
L'attesa per i Mondiali di calcio del 2010 e l'indifferenza per le elezioni del 22 aprile. Presente e futuro, negli occhi dei giovani di Johannesburg. Senza più sogni né illusioni.
- 56 **Intervista.** Verde, per sognare un mondo più giusto di Barbara Celis
L'impegno e il messaggio di Majora Carter, attivista e ambientalista del Bronx, che rivendica il ruolo sociale dell'ecologia. Sì, anche a New York.
- 81 **Nuovi generi.** Si può ridere della crisi? di Laura Piccinini
- 119 **D RESEARCH**
Test x 10 di Paola Scaccabarozzi
- 120 **Scoperte.** La fattoria delle molecole di Giuliano Di Caro

SOCIETÀ

- 53 **Inchiesta.** iReporter e cyber inviati di Marta Mainieri
- 84 **Giappone.** Goodbye Oto-san di Cristiana Ceci e Megumi Takahashi
- 93 **Relazioni.** 5 milioni di fans di Roberta Corradin



56

Segue a pagina 10

iReporter e cyber inviati

INCHIESTA

Le nuove tecnologie rivoluzionano il giornalismo. Il confine tra chi scrive e chi legge è sempre più virtuale di Marta Mainieri



Come l'araldo di Francia annunciava la morte del sovrano e l'avvento al trono del successore "è morto il re, viva il re" così oggi c'è chi proclama la fine del giornalismo tradizionale e la nascita di una nuova professione che sfrutta le opportunità offerte dalle nuove tecnologie. «Internet ha già vinto la battaglia con i vecchi media», ha provocatoriamente affermato Gianni Riotta nel tradizionale incontro del cardinale Dionigi Tettamanzi con i giornalisti, «quando andiamo in onda alle 20.00 la gente sa già tutto». Che questo significhi la scomparsa di telegiornali e stampa è presto per dirlo, ma certo oggi gli utenti hanno cambiato non solo il modo di approcciare le informazioni, più rapido e meno filtrato, ma anche di partecipare alle notizie, commentandole, rilanciandole e spesso producendole direttamente. «Il citizen journalism», scrive su *Isdi.it* Bernardo Parrella, coordinatore di *Global Voices Italia*, portale che amplifica le voci di chi scrive dal Sud del mondo, «sta dimostrando di saper giocare un

ruolo cruciale nell'informare in modo rapido e puntuale, e talvolta perfino nel dar forma all'attualità: dal terremoto in Cina all'elezione di Obama al conflitto a Gaza. Il gap tradizionale tra media professionali e la crescente folla di cyber-dilettanti va sempre più restringendosi, e anzi si assiste a un miscuglio continuo di fonti e testate, punti di vista e discussioni». Per rilanciare discussioni e notizie *Global Voices* e il francese *Agoravox*, pioniere europeo del settore, qualche mese fa hanno aperto i battenti anche in Italia a testimonianza del fatto che il giornalismo dei cittadini trova spazio e interesse anche qui. «Siamo un medium di prossimità», afferma Francesco Piccinini, responsabile dell'edizione italiana del giornale francese che conta un milione di visite al mese e 35.000 reporter cittadini, «vogliamo raccogliere tutte le voci locali che, per vari motivi, non trovano spazio sui media tradizionali. Per noi Pino Maniaci fa notizia non solo se gli esplode la macchina ma ogni singolo giorno che a Partinico documenta i crimini della mafia». Convinti che nessun cronista potrà mai essere veloce quanto chi si trova

sul posto e che nessun giornale potrà mai coprire il numero degli eventi che possono garantire gli utenti di Internet, anche *Global Voices* vuole arrivare laddove i media tradizionali non arrivano: al Sud del mondo. Pur nella loro diversità, e di molte altre di citizen journalism, viene alimentato dal basso e non secondo il classico schema top down del giornalismo tradizionale. Ognuno può infatti diventare reporter.

Su *Agoravox* i cittadini propongono il pezzo e decidono, attraverso un sistema di incrocio del numero di visite, commenti e voti, anche la scaletta di pubblicazione, rimandando poi a una doppia redazione composta una da utenti e l'altra centrale, il filtro e il controllo del pezzo. Su *Global Voices* i post vengono raccolti e verificati da un editor locale che poi li traduce in inglese (in contrasto con il principio basilare della professione di giornalista per cui si traduce solo verso la lingua madre). «Dopo l'entusiasmo iniziale, il gruppo di traduttori italiani

continua a essere nutrito e attivo», afferma ancora Bernardo Parrella, «quel che manca, però, è l'attenzione delle grandi testate nel riprendere i nostri contenuti». Nonostante l'intensità del dibattito, infatti, in Italia solo alcuni quotidiani e magazine sembrano sperimentare forme di collaborazione fra giornalisti professionisti e cittadini: *Repubblica.it*, per esempio, investe da tempo su Internet e su blog di qualità; *Panorama.it* ha aperto gli articoli ai commenti dei lettori; *Il Sole 24ore* ha aperto un sito, *Nova 100*, che è un collage di 100 blogger. «In Italia scontiamo ancora una serie di arretratezze», spiega Paolo Ferri, professore di Teoria e tecnica dei nuovi media all'Università Bicocca di Milano, «l'ordine dei giornalisti in nome della qualità dell'informazione difende una qualità che non c'è; i redattori usano spesso il web in modo inconsapevole, molti giovani non sono riconosciuti giornalisti professionisti e lavorano fuori dalla redazione. La transazione da offline a online, infine, ha un costo che le testate italiane spesso non possono permettersi, a differenza di quelle interna-

zionali nelle quali l'integrazione è già avvenuta». L'annosa querelle che vedeva contrapporsi blogger, fautori del giornalismo dal basso, e giornalisti, più sulla difensiva, in America sembra infatti quasi superata e sempre più testate introducono contributi dei cittadini nella loro programmazione.

La CNN, per esempio, con il sito *iReport* raccoglie i contenuti degli utenti e rilancia i più interessanti sul sito principale; la CBS attraverso *CBSeveMobile* permette agli utenti di scaricare video e immagini direttamente dal loro cellulare; il *New York Times* nei suoi blog riporta quasi giornalmente notizie e commenti ripresi da *Global Voices* e lo stesso fa la *Reuters* che supporta, finanziandoli, anche alcuni canali del progetto.

I grandi editori, in realtà, sembrano quasi giocare di rimessa rispetto a un panorama informativo sempre più ricco e diversificato. J-Lab, l'istituto americano per il giornalismo interattivo, per esempio, ogni anno aggiudica il Knight-Batten Awards, un pre-

mio assegnato a chi si distingue nell'utilizzo delle nuove tecnologie digitali per l'informazione. Quest'anno il riconoscimento più importante è andato a uno studente americano che ha ideato WikiScanner, un sistema che permette di identificare gli autori delle modifiche anonime riportate su Wikipedia. Ne hanno già fatto le spese Fox News, CocaCola, Dell, ma anche l'FBI e Amnesty International: tutti hanno cercato di manipolare a proprio favore la famosa enciclopedia. Menzioni speciali sono andati a *Ushahidi.com*, una mappa aggiornata direttamente dai cittadini sulle violenze scoppiate in Kenya durante le ultime elezioni presidenziali, in Sud Africa e in Congo, e a *PolitiFact*, un database per consultare notizie sulle elezioni americane, idee, movimenti dei candidati, e misurare la veridicità di un'affermazione attraverso un termometro della verità. Se per alcuni il carattere spontaneo di questi servizi è l'aspetto più innovativo, per altri è un punto di debolezza. Chi si assume la responsabilità di ciò che è scritto? Chi verifica? «L'intenzionalità di fare informazione per chi scrive o pubblica online», afferma Antonio Sofi, autore di *Webgol*, «è la linea di demarcazione tra quello che è citizen journalism e quello che non lo è. Sono poi le regole non scritte della blogosfera che controllano quanto viene pubblicato».

Troppo poco per gli scettici che rimproverano al giornalismo dal basso lo scarso controllo delle fonti e la poca obiettività. «Il citizen journalism ha aspetti positivi e negativi», afferma Enrico Finzi, presidente di AstraRicerche e curatore della ricerca "Il futuro del giornalismo", «in una fase in cui i giornalisti vengono sottopagati avere a disposizione più persone significa evitare l'inaridimento dell'informazione e avere più corrispondenti sparsi sul territorio. Naturalmente questo comporta dei rischi: è più difficile controllare la qualità e l'attendibilità delle fonti». Quale futuro per il giornalismo tradizionale? Presto per dirlo. «Siamo davanti a una profonda trasformazione, cambieranno forme e modelli, ma certo non sparirà il giornale», conclude Ferri.

NOTIZIE IN COSTRUZIONE

Sono diversi, secondo Steve Outing, uno dei massimi esperti di media digitali, i gradi secondo i quali è possibile coinvolgere i cittadini nella costruzione della notizia: 1) aprire la testata ai commenti dei lettori permettendogli di interagire attraverso commenti, critiche e suggerimenti. Lo fa, per esempio, *Panorama.it* e *ZDNet*; 2) approfondire la notizia con foto, video, informazioni inviate direttamente dai cittadini. Come ha fatto la CNN durante l'emergenza provocata dall'uragano Katrina; 3) collaborare con il cittadino "esperto" alla stesura del pezzo, lo sperimenta *Salon.com*, magazine online di San Francisco; 4) aprire la testata ai blog degli utenti, in modo da poter trarre da essi idee, proposte, notizie: *Panorama.it*, *Repubblica.it*; 5) attivare un blog per far conoscere ai lettori i meccanismi redazionali e le scelte editoriali: *Spokesman Review*; 6) creare un sito interamente gestito dai cittadini, separato rispetto al nucleo informativo principale della testata: *iReport*; 7) realizzare un sito autonomo di citizen journalism: *La mia notizia.it*, *Agoravox*, *Global Voices*; 8) integrare una testata di citizen journalism a un'edizione stampata sulla quale trovino spazio i migliori articoli presenti sul sito: *06blog.it* in collaborazione con *Metro*; 9) realizzare una testata a cui collaborano professionisti dell'informazione e cittadini: *Ohmynews*, per esempio, è gestita da un piccolo staff editoriale che controlla i pezzi e realizza circa il 30% dell'intera produzione mentre il resto è lasciato ai cittadini; 10) collaborare alla stesura di una notizia sul modello Wikipedia: *wikinews*.