

INDICE

Introduzione – Indietro non si torna	ix
<i>Stiamo cambiando, siamo già cambiati</i>	ix
<i>Prima parte – Il nuovo ecosistema</i>	1
Capitolo 1 – Storie dalla frontiera	3
<i>Dal nostro inviato nella società reticolare e interconnessa</i>	
Quando la terra trema	5
La rivoluzione sarà twittata	7
Se una notte d'estate un blogger	10
La determinazione di una mamma	14
Le persone dietro ai fatti	15
Capitolo 2 – Familiarizzare con l'ambiente	19
<i>Un sistema operativo per le relazioni</i>	
Individui, non masse	23
Flussi di comunicazione	24
Tutti ricevono, quanti producono contenuti?	25
Tempo, spazio e qualità	26
La competizione tra produttori di contenuto	28
Il Web evoluto: un "canale" per persona	28
Capitolo 3 – Abitare la Rete	31
<i>Gli strumenti del cittadino digitale</i>	
Creatività e condivisione	34
Le caratteristiche degli strumenti	35
Il blog, un diario per le idee	36
I feed e le aggregazioni di contenuti	37
Podcasting, un feed particolare	39
Webcasting, trasmissioni in diretta	40

Il wiki e gli ipertesti collaborativi	41
Social network, reti di persone che interagiscono	42
Mondi metaforici, social network in tre dimensioni	47
Folksonomy, etichette collaborative	47
Capitolo 4 – Come funziona la Rete	51
<i>Dal caos al senso</i>	
Il filtro distribuito	52
Dalla qualità alla pertinenza	54
Identità e reputazione	56
I numeri non dicono	59
Effetti collaterali	63
Capitolo 5 – La società già digitale	73
<i>Una realtà che cambia sotto i nostri occhi</i>	
Nuovi equilibri economici	74
Dalla digitalizzazione alla socializzazione	77
Ruoli che si confondono	78
La politica dopo Barack Obama	80
Di qui al giornalismo	82
<i>Seconda parte – Implicazioni sul giornalismo</i>	85
Capitolo 6 – L'allargamento del campo giornalistico	87
<i>Frantumazione e rinegoziazione di una professione</i>	
Dalla scadenza al flusso	88
L'incessante negoziazione	91
Dal prodotto al processo	93
Do your best and link to the rest	95
La parcellizzazione della testata	96
Aspettare che arrivino o andare da loro	98
Capitolo 7 – Nuove architetture redazionali	101
<i>Come cambia il baricentro dell'industria giornalistica</i>	
Dalla monomedialità alla crossmedialità	102
Cinque esperienze di transizione	104
The New York Times, la piattaforma è neutra	104
The Guardian, uno e trino	106
Wall Street Journal, ritmo continuo e differenziazione	108
The Washington Post, il desk universale	109
The Daily Telegraph, la redazione è un fiore	110
Che cosa succede in Italia	111
Il corrispondente con lo zainetto	112
Social media editor, il costruttore di relazioni	114

La commistione tra vita personale e vita professionale	116
Il programmatore entra in redazione	118
Capitolo 8 – Distillare sensibilità dalla Rete	121
<i>Imparare a essere nodi</i>	
La trasparenza, un rischio necessario	123
Mai chiudersi dentro	127
I commenti non bastano	128
I contenuti liberi sono contenuti più felici	133
Il giornale aperto	135
La socializzazione delle notizie	138
Capitolo 9 – La ricerca di nuovi modelli commerciali	141
<i>Tra resistenza e adattamento</i>	
Il giornalismo come garanzia	143
Dove tutto è cominciato	145
La corsa all'oro e l'oro che non c'è	148
La pubblicità che prova a reinventarsi	150
Un abbonamento ci salverà?	153
Una torta da dividere in tanti	154
Pagarli tutti, ma non uno per uno	156
Il giornale diventa un'applicazione	159
Il lato oscuro dell'ecosistema chiuso	161
Intanto il giornalista diventa imprenditore	163
Capitolo 10 – Esperienze e pratiche dal nuovo mondo	167
<i>Il giornalismo che ricomincia dal giornalismo</i>	
Specializzazione ed eccellenza	168
Politico, la free press del Campidoglio	168
ProPublica, giornalismo investigativo no profit	169
Global Post, corrispondenti controcorrente	171
BNO, l'agenzia di stampa rifondata dai ragazzini	172
Nanopublishing, nicchie in cerca di remunerazione	174
Giornali che diventano hub	176
La strepitosa ascesa dell'Huffington Post	176
The Daily Beast, l'aggregatore senza banner	178
In Italia arriva il Post	180
Le molte facce del giornalismo collaborativo	181
Global Voices Online, voci dai continenti	183
AgoraVox, giornalismo dal basso con tre filtri	186
OhmyNews, ogni cittadino è un reporter	186
Nowpublic investe sul citizen journalism di qualità	188
YouReporter.it, videonotizie italiane	189
Se il problema sono i costi, facciamo la colletta	190

Le fabbriche dei contenuti a cottimo	193
AOL spera che Seed germogli	193
Demand Media, l'algoritmo cinico	196
La nuova dimensione iperlocale: la comunità è la notizia	197
Fact check, il giornalismo che ritorna ai fatti	201
Conclusioni – Il momento migliore per essere giornalisti	205
<i>Artigiani al servizio della società</i>	
Una nuova alfabetizzazione	207
La predisposizione del giornalista	208
Una professione da condividere	210
Ringraziamenti	211
Appendice	213
Risorse utili in Rete	213
Centri accademici	213
Esperti, divulgatori e ricercatori	214
Progetti in ambito editoriale	216
Punti di riferimento in Italia	217
Le scuole riconosciute dall'Ordine dei giornalisti	219
Bibliografia	221