

Indietro non si torna

Stiamo cambiando, siamo già cambiati

Vola tu dov'io vorrei volare,
verso un mondo dove è ancora tutto da fare,
e dove è ancora tutto, o quasi tutto, da sbagliare.

Francesco Guccini, *Culodritto*

Saranno anni tremendi, e chi se lo nasconde? L'industria dei contenuti giornalistici del XX secolo si sta infrangendo sulle tecnologie del primo scorcio del XXI, lasciando a ogni risacca professionalità e sicurezze. Succede in modo più veloce e plateale di quanto perfino i più ottimisti sostenitori della società digitale si sarebbero aspettati. Ma il punto non sono le tecnologie, è il modo in cui le persone le stanno utilizzando. I mezzi di comunicazione ci hanno sempre cambiato in profondità, incidendo sul modo in cui la società ha guardato e organizzato se stessa. È accaduto con la stampa, con la radio e con la televisione, ma finora il processo è stato graduale, meno traumatico. Non meno potente: basti pensare a come il peculiare intreccio tra televisione e potere abbia contribuito a omologare i connotati nazionali (e non solo) negli ultimi vent'anni. Internet è un fenomeno di massa da meno di un decennio e, nonostante le resistenze che le stanno opponendo le ottuse leadership contemporanee, si sta insinuando inesorabilmente in ogni piega della vita collettiva. Non è necessariamente una sfida a ciò che c'era prima, è soprattutto una scommessa sul futuro. Questo è il punto a cui siamo, nella primavera del 2010.

Possiamo continuare a guardarci indietro e formulare distinguo oppure possiamo provare ad andare avanti. Il fatto è che questa

volta non ci aspetteranno: le persone non hanno più bisogno a tutti i costi di mediatori. La società in Rete sta imparando a comunicare, a informarsi, a condividere cultura, a commerciare, ad amministrarsi, a divertirsi, a progettare al di là di ogni forma di mediazione conosciuta in precedenza. Sebbene le prime manifestazioni di tutto ciò possano apparire rozze e imperfette, miglioreranno in fretta. Sono già migliorate enormemente. I problemi insiti in questo passaggio di paradigma – dalla società verticale e basata sulle gerarchie alla società orizzontale e *peer to peer* – sono enormi e richiederanno coraggio e visione di lungo periodo: tutti i processi di massa vanno ripensati un po' alla volta a misura di individuo. Significa riconvertire non soltanto mezzi di produzione e strutture di gestione, ma soprattutto i mestieri, le attitudini, le sensibilità. È il cerchio della comunicazione umana che si chiude: dai mezzi di comunicazione a misura di individuo (l'oralità, la scrittura) ai mezzi di comunicazione di massa (la stampa, la radio, la televisione), per arrivare ora ai mezzi di comunicazione diffusi tra le masse ma a misura di individuo (il Web e le sue applicazioni sociali). Dalla dimensione locale a quella globale, per approdare ora a una sfera di relazioni (tra persone, tra contenuti) che è locale e globale insieme.

Se l'editoria fa il suo ingresso nel suo decennio più drammatico, il giornalismo potrebbe invece uscire da questo passaggio storico paradossalmente rafforzato. Restano sfide vitali, una per tutte la ricostruzione su nuove basi di un'economia che garantisca la professionalità. Ma in un mondo in cui molte più informazioni sono disponibili a un numero maggiore di persone cresce la necessità di una figura indipendente che possieda strumenti tecnici e culturali per fare sintesi, per gettare ponti tra le specializzazioni, per comporre scenari. Un professionista consapevole di non avere più né l'esclusiva né deleghe in bianco, che si accontenti spesso di arrivare in seconda battuta sui fatti a fronte di maggiore approfondimento e che sia in grado di lavorare insieme ai tanti nuovi soggetti che affollano lo spazio pubblico delle idee e delle opinioni, a cominciare dai suoi stessi concittadini. Non sarà come prima, ma non sarà necessariamente peggio di prima.

Questo libro, che nasce sotto forma di appunti a sussidio di un corso universitario tenuto all'Università di Trieste, intende esplorare la frontiera giornalistica del nuovo mondo digitalizzato. Ci lasceremo alle spalle – non certo perché non abbiano rilevanza, ma per specializzazione e limiti di spazio – i conflitti del giornalismo

tradizionale, la storia dell'informazione contemporanea, le scelte industriali degli ultimi trent'anni, l'ossessione dei giornalisti per i blogger e l'ossessione dei blogger per i giornalisti, ovvero tutto ciò che ha contribuito a portare il giornalismo mondiale alle soglie del Web oltremodo impreparato e spaventato. Enfatizzeremo consapevolmente le opportunità, perché dei rischi e dei pericoli della Rete si occupano già in tanti e spesso a sproposito: in Italia gran parte dell'informazione e della divulgazione dominanti al di fuori della Rete manca la notizia perché troppo occupata ad alimentare a buon mercato le pagine di cronaca e di gossip con gli spunti raccolti in Rete. Fare divulgazione tecnologica in Italia significa soprattutto scalfire un muro di arroganza e di superficialità che vizia a prescindere ogni sguardo sul nuovo, un muro sostenuto altrettanto colpevolmente da un sistema scolastico tarato per generare perfetti cittadini degli anni Ottanta. Dunque nelle pagine che seguono guarderemo soprattutto avanti, cercando di cogliere le caratteristiche del nuovo ambiente operativo e di riconoscere i primi avamposti professionali e paraprofessionali, alla ricerca delle opportunità e delle sfide che questo mezzo di comunicazione mette a disposizione del giornalismo.

Tutto ciò di cui parleremo non è ancora la nuova destinazione dell'industria dell'informazione, se mai industria potrà di nuovo essere, ma timida preistoria di una fase nuova, ancora tutta da comprendere. È il primo passo, insomma; quello più difficile.

Sergio Maistrello
sm@sergiomaistrello.it
marzo 2010