

Next. Ultima ora

Mr. Google News “I giornali vanno reinventati”

JAIME D'ALESSANDRO

«L'PRESENTE DELL'INFORMAZIONE è straordinario e il futuro lo sarà ancora di più. Chi non lo capisce è perché non guarda nella giusta direzione». A parlare è un sessantaduenne con la barba bianca e un ottimismo incrollabile da adolescente. Si chiama Richard Gingras ed è a capo di Google News, quell'aggregatore di notizie che può contare su oltre un miliardo di lettori unici a settimana in 72 Paesi e in 45 lingue. In precedenza ha ricoperto ruoli importanti in Excite e Apple, e ancora prima alla Cbs, Nbc e Pbs dove ha creato il primo magazine online interattivo nel 1979. «A essere sincero non è mai esistito nella storia un periodo così fertile di opportunità e di strumenti per i media».

Eppure tante testate stanno morendo. Mentre, negli Usa per esempio, alcune hanno iniziato a usare software per la composizione di articoli in tempo reale. Tanto che è stata prevista la scomparsa del mestiere del giornalista nel giro di dieci anni.

«Si possono usare software simili per produrre notizie brevi sui risultati di un match di calcio, per dirne una. Ma non c'è verso che un computer, oggi come domani, sia capace di raccontare una storia così come lo fa una persona. Ed è proprio il raccontare il mondo che non scomparirà mai né potrà scomparire quella capacità tutta umana di capire cosa è interessante e cosa no».

Motori di ricerca, blog, social. Le fonti sembrano moltiplicarsi, ma c'è chi sostiene che l'orizzonte del pubblico si sia ristretto.

«Le rispondo con una citazione e un esempio. Marshall McLuhan, e più tardi Andy Warhol, dissero che in futuro chiunque avrebbe potuto diventare famoso per quindici minuti. Alla fine però quel che sta succedendo negli open media è che chiunque può diventare famoso in quindici minuti. Recentemente *Espresso Tv*, network di Kiev nato da menodi un anno, ha raggiunto il primo posto fra gli eventi più guardati di sempre su YouTube, scalzando il lancio di Baumgartner dalla stratosfera: 17,6 milioni di ore visualizzate in 54 giorni».

Domani però potrebbe finire nel dimenticatoio in compagnia di testate ben più accreditate. Vi accusano di essere fra i responsabili di questo declino.

«Avveniva anche in passato che delle testate scomparissero e per inciso attraverso Google News i siti di informazione ricevono 10 miliardi di visite al mese. È bene poi ricordarsi che i giornalisti sono da sempre uno strumento potente, ma non sono mai stati business fruttuoso. Io credo semplicemente che, nel caso di organi di informazione in crisi, non si sfrutti il potenziale che hanno. I cosiddetti big data, tanto per citare un caso, possono dirci molto della realtà delle cose e con una precisione che non è mai esistita prima. Se vengono usati a fini commerciali, perché non adoperarli per raccontare il mondo? Per non parlare degli archivi dei quotidiani. Se solo i giornali li organizzassero come si deve... Sono autentiche miniere d'oro. Una delle più importanti testate americane ha realizzato un'app dedicata alla cucina, e il 98 per cento dei materiali erano ricette pubblicate negli ultimi venti anni. È stato un successo, anche economico. Non ci credevano nemmeno loro».



RICHARD GINGRAS
SENIOR DIRECTOR
GOOGLE NEWS



Che futuro ha la notizia

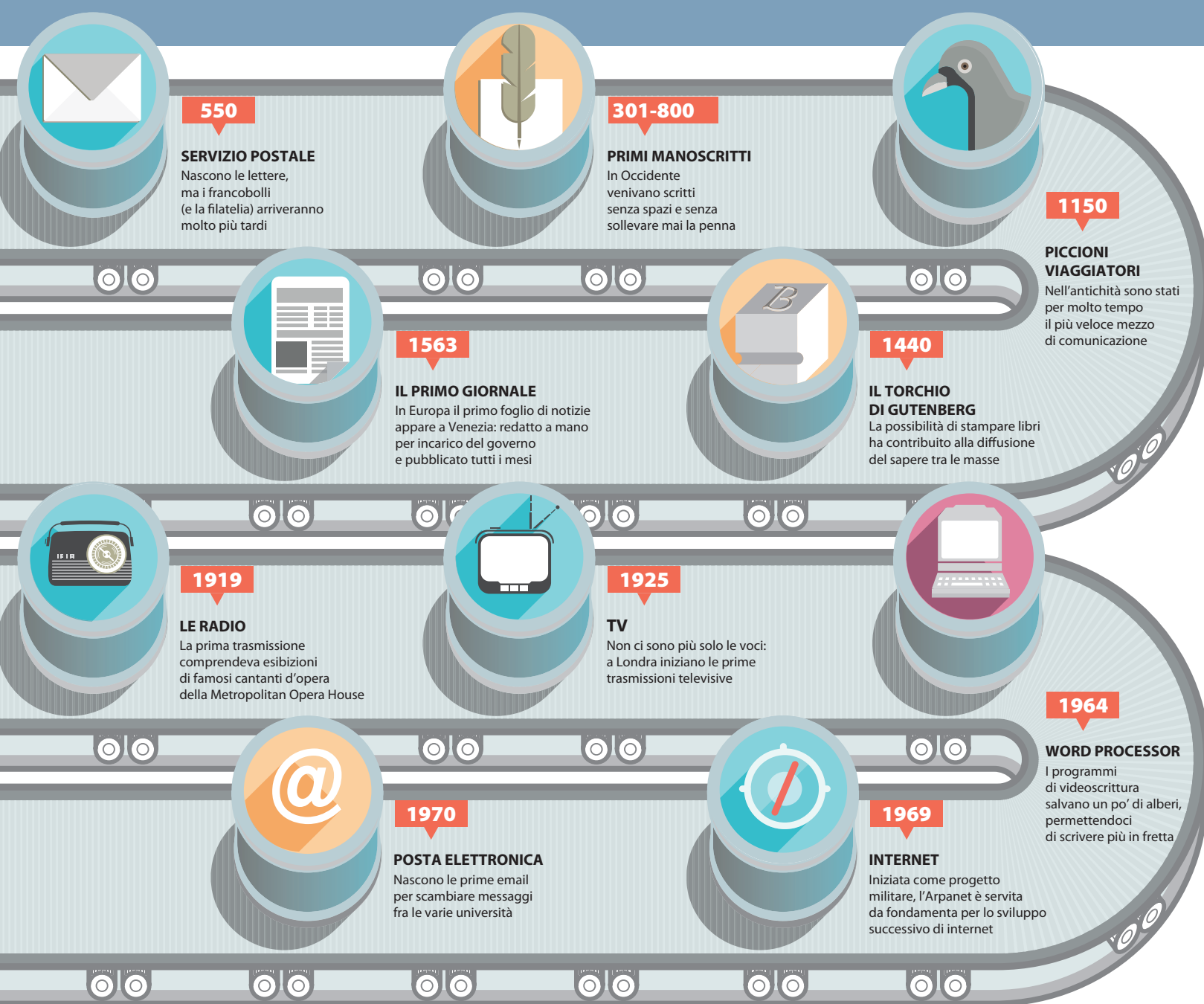
I cronisti servono sempre

GIUSEPPE SMORTO

Un algoritmo non sarà mai un giornalista, un motore di ricerca non sarà mai una prima pagina. Anche se, grazie alla tecnologia, il giornalismo di oggi ha infinite possibilità. A chi parla di crisi, si può rispondere con i numeri. Mai così tanti lettori, se consideriamo il moltiplicarsi dei modi di informarsi. E poi, pensate proprio che non ci sia più bisogno di giornalismo? Intendendo per questa professione, una certa sensibilità, l'indipendenza, la curiosità, il coraggio. Materie che non si insegnano nemmeno nei Master, ma che fanno la differenza: a Kiev, o anche in zone estese della nostra Italia, dove fare questo mestiere significa vivere costantemente sotto minaccia.

Quindi non è in crisi il giornalismo, forse un modo di farlo: non basta più la bella scrittura. È probabile che il giornalista di domani debba sapere di informatica, ma il più bravo degli ingegneri non potrà mai sostituirlo. E un reportage sul campo farà sempre la differenza, solo che ognuno di noi si sceglierà il modo di leggerlo: sulla carta, sul tablet, sul cellulare o sul prossimo device non ancora in commercio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mr. Media Mit "Tanta scelta, poca curiosità"

«**F**RA DIECI ANNI avremo tanti media basati sulle relazioni personali, ma saremo del tutto carenti di notizie vere». Ethan Zuckerman ha la stazza del regista Michael Moore, teorie altrettanto radicali e il piglio del giovane hacker. A vederlo, si direbbe il perfetto evangelista del digitale e delle sue infinite potenzialità. E invece Zuckerman, direttore del Center for Civic Media al Mit di Boston, è l'esatto contrario. Il suo ultimo saggio, *Rewire* (Egea), ribalta gran parte dei luoghi comuni sul web e sulla libertà che offrirebbe. «Partiamo dalle basi: noi vediamo il mondo attraverso i media. Quel che raccontano è il nostro sguardo. Peccato che sia uno sguardo sempre più distorto».

Ovvero?

«Sappiamo di poter viaggiare ovunque, attraverso la Rete possiamo leggere e guardare qualsiasi cosa ed entrare in contatto con chiunque. Eppure la maggior parte delle persone continua a non allontanarsi troppo da casa e a leggere media locali. Tutti oggi possono raccontare una storia e possono condividerla, ma pochi lo fanno e pochissimi hanno un vero pubblico. Le fonti di informazione stanno diminuendo e sulla Rete sono sempre più provinciali. Non abbiamo mai avuto così tanta scelta, ma alla fine guardiano solo nel nostro giardino. Prima avevamo una gerarchia, quella dei giornali, ora abbiamo libertà. Peccato non si si traduca in una maggior ricchezza».

CON IL WEB SOLTANTO TEORICAMENTE LE POSSIBILITÀ DI SAPERE SONO INFINITE. DI FATTO CI INTERESSA SOLO IL NOSTRO GIARDINO. MAGGIORE LIBERTÀ NON SI TRADURRA IN MAGGIORE CONOSCENZA PERCHÉ I SOCIAL NETWORK HANNO RISTRETTO GLI ORIZZONTI

Vale anche per le testate importanti?
«Dal 1979 al 2009, gli articoli dedicati a quel che succede oltre il nostrouscio di casa si sono ridotti mediamente di due terzi. Nel 2010 negli Usa sono state visualizzate 9,8 miliardi di pagine web sui cento siti di informazione più seguiti, e il 93 per cento riguardava fonti statunitensi. Altrove è peggio: in Francia siamo al 98 così come in Italia o in Cina. Ci sono delle eccezioni, come il *New York Times*, ma di fatto il mondo che stiamo osservando è sempre più piccolo».

Anche sui social network?

«Facebook organizza automaticamente quel che compare sulla nostra pagina in base alle "affinità". Il risultato è che ci imbatiamo in cose che ci piacciono ma che non necessariamente ci servono. Inoltre, il 93 per cento dei nostri contatti sui social network li conosciamo nella vita reale, pur superficialmente. Questo significa che i social network non sono necessariamente un luogo dove avvengono veri scambi. Anzi, tutt'altro».

Partendo da un quadro così nero, dovendo tracciare un ritratto dei media di domani cosa le viene in mente?

«Le informazioni viaggeranno sull'onda dell'emotività diffondendosi a macchia d'olio senza esaminarne la fondatezza. Avremo anche una pluralità di fonti locali, non professionali, come in parte già avviene. Ma saremo sempre più provinciali».

(j.a.)



ETHAN ZUCKERMAN
DIRETTORE CENTER FOR CIVIC MEDIA DEL MIT DI BOSTON

Mai come oggi le informazioni ci bombardano eppure i media sono in difficoltà. Come si dovrà comunicare? A confronto le tesi (opposte) di due guru mondiali