

"Osare condividere" (anche l'informazione)

Intervento di Mario Tedeschini Lalli alla tavola rotonda di sabato 12 agosto 2006 al RoverWay 2006.

Le società democratiche devono poter verificare l'operato dei loro governi. Perché questo sia possibile, la libertà d'espressione è requisito fondamentale. La sola libertà di esprimersi non è sufficiente, però, se le nostre opinioni non possono raggiungere che *poche* persone: è necessario poter parlare a *molti*. E' qui che quella cosa che chiamiamo "stampa" entra in gioco: un forum pubblico dove in tanti possono scambiare punti di vista, informarsi, porre domande difficili, investigare.

Questo era uno scenario realistico nel mondo di qualche anno fa, quando i contesti della comunicazione pubblica e privata erano separati. Uno poteva chiamare un parente al telefono, scrivere una lettera alla fidanzata, o parlare di calcio al bar: tutte comunicazioni più o meno private. Oppure uno scovava dei fondi, assumeva un sacco di persone, scriveva, editava, stampava e distribuiva un giornale; oppure fondava una stazione radiofonica o televisiva: tutte comunicazioni pubbliche. Comunicazioni pubbliche e private non si mescolavano, al limite potevano sfiorarsi: una lettera all'editore, l'intervista all'uomo della strada per la stazione televisiva locale. Magari un nostro articolo pubblicato nel giornalino della scuola o di quartiere.

Oggi però tutto è cambiato. Questo è un mondo digitale, dove tutto è fatto di *bit* e le tecnologie sono convergenti, i media sono convergenti, e i "comunicatori" stessi sono convergenti. Questo è il mondo dove voi (i giovani) siete nati, e a cui noi (gli adulti) cerchiamo di adattarci. Comunicazioni pubbliche e private non sono più separate. Certo, uno dice ancora "privatamente" al proprio fidanzato quanto lo ama, e i giornali raccontano ancora "pubblicamente" quello che fa il governo. Ma qualunque cosa a metà tra questi estremi è fluido, i confini non sono più fissati.

E' diventato piuttosto facile (e relativamente economico) "pubblicare" on-line: in teoria chiunque può essere lo scrittore e l'editore di se stesso. Ma questa è ancora una forma di comunicazione "pubblica", semplicemente accessibile a numero sempre maggiore di persone. Entrano però in scena i *blog*. Posso allora raccontare le avventure di mio figlio per la gioia dei miei amici in Sud Africa, una comunicazione per definizione privata fatta con mezzi pubblici: potenzialmente la mia conversazione "privata" diventa comunicazione "pubblica". Questo succede sempre più spesso, e quando capita ha conseguenze importanti sulla parte esplicitamente "pubblica" del mondo della comunicazione, ovvero sui media tradizionali. E non si tratta solo dei *blog*, è un mondo intero di informazioni multimediali: le mie foto, le mie canzoni, i miei video possono diventare la *hit* del momento (vedi il fenomeno di YouTube o MySpace per il *podcasting* o i *videoblog*).

Al di là dell'"andare on-line", che cos'altro offrono dunque di così interessante per gli utenti i *blog* o servizi come MySpace? La risposta è la *partecipazione*. I lettori possono commentare, criticare, e persino valutare i contenuti votando, e linkarli ad altri contenuti. E' quello che si chiama il *Web 2.0*.

Siete nati in un mondo in cui è più facile fare la differenza nella comunicazione: saprete accettare la sfida? In verità decine di milioni di persone nel mondo lo stanno facendo proprio adesso. Ma *come* lo stanno facendo? Tutto quello che viene comunicato vale veramente lo sforzo? E ha veramente qualcosa a che fare con i principi di una stampa libera in una società libera?

Non tutta la comunicazione è veramente utile. Perché lo sia, uno dovrebbe preoccuparsi di essere in qualche modo un *giornalista*: dunque fare a se stesso e agli altri domande profonde (e a volte difficili), scavare dentro i fatti, verificarli, correlarli. E questo costa comunque molto, sia in termini di tempo che di denaro. Un certo tipo di professionalità giornalistica, del tipo di quella che anima i media tradizionali, dovrebbe rimanere parte del nuovo panorama: lo farà?

Le innovazioni tecnologiche e i cambiamenti sociologici portano rischi, ma anche opportunità. I media tradizionali dovrebbero aprirsi ai loro lettori, fruitori, utenti: mescolarsi porta il potere della condivisione. Alcuni esempi di condivisioni tentate con successo:

- L'apertura a contenuti creati degli utenti (UGC, User Generated Content: la CNN, la BBC, etc).
- L'apertura ai commenti degli utenti (il Washington Post, Kataweb, etc.).
- L'apertura a materiale altro dal proprio (link a documenti esterni, altre stori, blog, etc.)

Altre possibilità sono addirittura dei servizi di comunicazione completamente basati su UGC (e.g. OhMyNews, Readers Edition, etc.), che chiamiamo di *citizen journalism* o di "giornalismo partecipativo". In generale però quello che veramente funziona è un *mix si giornalismo professionale e contenuto generato dagli utenti* (e.g. Newassignment.net).

Noi "vecchi" dei media tradizionali siamo abituati a "fare lezione" al nostro "pubblico". Ma il pubblico di oggi si sta liberando. Sempre meno che in passato il pubblico sembra disposto ad accettare passivamente quello che scriviamo, diciamo e mostriamo. Dovremmo smettere di "fare lezione", e iniziare in qualche modo a partecipare a questa "conversazione" che sta prendendo corpo. Ma voi, il pubblico, soprattutto voi pubblico di domani, sarete pronti a prendere parte alla conversazione? Avrete i mezzi, le capacità semi-professionali, la forza etica, il tempo e la volontà per riempirla di significato?

Attenzione dunque: la conclusione di questa rivoluzione è tutt'altro che scontata; potremmo finire da una parte senza più la "lezione" dei media tradizionali, dall'altra con decine di milioni di "lezioni" da parte di decine di milioni di utenti fattisi comunicatori, e nessuna "conversazione". Un futuro non certo roseo per le società democratiche.

E quindi, per favore, osate condividere. Anche l'informazione.

http://mariotedeschini.blog.kataweb.it/giornalismodaltri/2006/08/osare_condivide.html