

CONCLUSIONI

Proviamo a riassumere in una sola frase il contenuto di questo libro: il tempo è maturo perché ogni figura sociale dell'ambiente web tradisca i suoi statuti professionali per salvare la rete da nuovi intermediari e dalla perdita del giornalismo come funzione democratica. Magari non va molto bene, ma dà un'idea di un testo complesso, come complessi erano i nostri pensieri prima di cominciare a scriverlo, e come difficile e intessuta di tante ragioni e fenomeni pensiamo sia la realtà.

I mesi passati tra la concezione del libro, la sua scrittura e la sua pubblicazione ci hanno confermato nelle tesi centrali del libro e hanno aggravato il clima nel quale viene distribuito. Vediamo un paio di esempi.

Il primo: abbiamo scritto mentre un lavoro di *investigative reporting* chiamava il potere a rispondere di fatti che nel senso comune di tutte le democrazie sono gravi infrazioni dell'etica pubblica¹. Ci ritroviamo al centro di una guerra civile di veleni in cui si lavora sull'assunto del mitridatismo. Bruciare ogni ghiandola sensibile dell'organismo sociale, far prevalere l'idea che tutti sono sporchi e nessuno ha il diritto di denunciare i vizi degli altri. A essere ottimisti, una buona scuola per le ingenuità dell'opinione pubblica che si esprime in rete, che invece non sembra averne tratto tutte le conseguenze. Il "racconto" non è mai neutro e neutrale, l'informazione è potere, esercizio del potere, anche quando a farla sono un gruppo di cittadini: e se non si capisce qual è il sangue e la merda che ci sono dentro il sistema, si è condannati a non capirne il reale funzionamento.

1 Ci riferiamo all'inchiesta della Repubblica "Dieci domande a Silvio Berlusconi", sul metodo della quale abbiamo scritto al capitolo 9.

Il secondo fatto: con la denuncia della Federazione editori giornali contro Google sul caso Google News, e sullo scontro, di livello internazionale, con gli editori di libri è stata annullato quell'effetto di lontananza, di cannocchiale rovesciato, che si prova sempre quando si tratta di cose che avvengono in America. Ora il ruolo che Google ha dentro il business delle nostre aziende riguarda direttamente noi. È tutto sotto i nostri occhi. Si tratta di un ben regolato conflitto sociale che supera la coppia retorica che ha riassunto tutte le questioni di questo genere negli ultimi quindici anni: Google è il cambiamento, chi si oppone è un retrogrado. Oggi abbiamo sul tavolo il caso concreto di una grande azienda, che rappresenta il grande innovatore di questi lustri, ma della quale la società e i soggetti economici desiderano discutere le "male pratiche" davanti a una autorità fornita di un potere sanzionatorio. La carta bollata è sempre odiosa, ma è pur vero che nulla sarebbe accaduto senza l'intervento dell'Antitrust. Vedremo come andrà a finire.

È come se la realtà si fosse incaricata di dimostrare vere, e forse meno visionarie, alcune tesi di questo libro. Noi con ottimismo vediamo in questi avvenimenti il maturare della condizione "politica" presente in questo saggio. In questi mesi – e sarebbe la terza conferma di ciò che abbiamo detto – sono partiti i piani di ristrutturazione all'interno delle grandi aziende giornalistiche e editoriali – e sappiamo sulla nostra pelle di cosa si tratta. Sul mercato stanno arrivando molti professionisti desiderosi di rigenerare e mettere ancora una volta alla prova la propria professionalità dentro il web. Allo stesso tempo, si moltiplicano le iniziative di giornalismo "dal basso" (che brutta dizione), gruppi per lo più di giovani giornalisti che vogliono cominciare a fare sul serio servendosi del web. Le iniziative sono numerose: molte falliranno, qualcuna riuscirà, altre già cercano appoggio e integrazione nel sistema dei media tradizionali.

Troppo poco e forse troppo tardi. Innovazione con il freno a mano nelle aziende editoriali, che per il momento pensano a tagliare e rinviare a un momento successivo la fase di riorganizzazione digitale, che forse alcune di loro pensano proprio di *bypassare*, ritenendo che il dibattito sui contenuti a pagamento ne abbia mitigato l'urgenza. I nuovi sono timidi, non hanno un percorso di riferimento, e stentano a trovare un modello economicamente valido. I "reduci", stavamo per scrivere le "vittime" del pogrom generazionale in corso nei giornali italiani, pensano che basti av-

viare il computer per ritrovare la giovinezza professionale, come se non si trattasse di sposare una mentalità e abitudini professionali abissalmente diverse, come se non si trattasse di cambiare cultura, paese, lingua, di rinnegare madri e padri e affidarsi al nuovo.

Noi abbiamo detto “eresia” perché pensiamo che la rete abbia molto da dare. La rete fragile, coinvolta in questi mesi nella battaglia a tutto campo della politica italiana senza nemmeno capire di che cosa si parli, la rete normata con l'accetta della riduzione al vecchio quadro della responsabilità, come e forse nei peggiori paesi autoritari, la rete, questa larva di libertà economica che ci è rimasta, è ancora il terreno possibile di un grande processo di consapevolezza culturale.

Se sentissimo il bisogno di riepilgarne i punti, significherebbe che questo saggio non funziona, per chi vuole soppesare le tesi una a una c'è l'appendice. Ma i fondamenti dell'eresia sono tutti qui: una rete libera contro la politica normalizzatrice, una cultura che cambia il giornalismo dal di dentro (e crederci ancora dimostra che la fede è davvero temprata nell'acciaio), la rete che fa crescere soggetti nuovi che sparigliano il tavolo e cambiano i termini del discorso. Per il momento l'Italia ha nuovi quotidiani di carta, creature deboli. Ma noi ci speriamo ancora. Rubiamo un buon concetto: “Nulla è più forte di una idea il cui tempo sia venuto”².

2 La frase è di Victor Hugo.



Dieci tesi. Una proposta di conversazione. Un progetto aperto

*La rete è in pericolo, il giornalismo pure: come salvarsi
con un tradimento*

“Contemporaneo è colui che tiene fisso lo sguardo sul suo tempo per percepirne non le luci, ma il buio. Contemporaneo è colui che riceve in pieno viso il fascio di tenebra che proviene dal suo tempo. (...) Appartiene veramente al suo tempo, è veramente contemporaneo colui che non coincide perfettamente con esso né si adegua alle sue pretese, ed è per questo inattuale. Ma proprio grazie a questo scarto e questo anacronismo è in grado più degli altri di percepire e afferrare il suo tempo”.

Giorgio Agamben

I media sono in crisi, ma la rete rischia di sparire come luogo di libera comunicazione. Il giornalismo, che serve per la democrazia, rischia di affondare. La nuova opinione pubblica fa fatica a comprendere i rischi cui è sottoposta la libertà di espressione. Tutta la libertà di espressione, non soltanto quella degli addetti ai lavori. L'esito negativo non è scontato. Ma per cambiare le cose è necessario rileggere i rapporti tra rete e media con un approccio “eretico”, che tradisca alcuni dogmi. Una duplice eresia – dei chierici del giornalismo e dei cittadini della rete – che crei il nuovo racconto dei media.

I neoluddisti, l'agiografia della rete e, al centro, il moloch del potere

Tre generi di dogmi hanno urgente bisogno di essere demoliti:

- quelli del potere, che tende a legittimare solo il “racconto” dei media che gli sia mimesi e consenso;
- quelli della corporazione, che scambia il supporto, la carta, con la natura del giornalismo;
- l'apologetica del digitale che preconizza la nascita di una società virtuosa perché tecnologica e si affida alle “piattaforme”, raccontando di uno sviluppo senza conflitti e buono in sé.

Noi proponiamo alla conversazione della rete dieci tesi, un progetto aperto.

I. *I media sono in crisi.
Ma forse non vale la pena di esultare*

Il 2009 è l'anno chiave nel quale la crisi dei media deflagra alla luce del sole. Crisi che rischia di trascinare con sé il giornalismo. La malattia dei giornali non è solo pubblicitaria o di modello economico: è prima di tutto antropologica. Si è rotto un rapporto di fiducia, una delega a informare è stata ritirata, la funzione critica del giornalismo non è più visibile. Un modello professionale è al tramonto e non riesce a cambiare sulle sue sole forze: tutto ciò non è estraneo alla crisi della forma democratica.

Dall'altra parte cominciano a brillare nel buio le mille stelle del giornalismo dal basso, degli ex-lettori ora divenuti co-autori. Iniziative di singoli e micro-organizzazioni che nascono al di fuori dei circuiti tradizionali sono *il* grande patrimonio di energie, i cui frutti in molti casi sono già preziosi. Ma, ancora, da soli non ce la fanno. L'esito "democratico", anche senza virgolette, di questi due processi dipende dall'incontro delle due transizioni in atto. Dalla nascita di un discorso comune.

II. *La mistica dell'innovazione ha molti lati oscuri*

Il giornalismo è uno strumento fondamentale per esercitare i diritti di cittadinanza che oggi il popolo della rete rivendica a sé. L'aspirazione è in realtà comune: la conversazione rivendica per sé la titolarità di scegliere e ricombinare il proprio sguardo sul mondo: quasi una tecnicità se non c'è capacità di raccontare le cronache del potere e del conflitto. L'idea che la sola libera aggregazione di fonti possa portare a libera informazione è vana, se libera informazione non c'è.

Per farlo c'è bisogno di reporting approfondito e libera opinione. È la rete il luogo di questa rigenerazione. “Essere digitale” non è operazione editoriale o di marketing: è ricostruzione dentro la rete della nuova sintassi del mestiere. Sotto questo aspetto non c'è una innovazione in cammino: c'è un conflitto, il cui esito non è scontato. Anzi le cose sembrano volgere al peggio. Il giornalismo e la rete – e qui non parliamo della sola Italia – sono una parte del sistema dei media.

La *big picture* dei media è scritta ancora altrove, lo si riscontra ogni volta che vi sono grandi battaglie di opinione e di agenda setting. Creare agenda setting attraverso un mix attento di rete e mezzi mainstream dovrebbe essere il punto di partenza di ogni nuovo “discorso sui media”. Se questo snodo della vita quotidiana, che è poi la fonte di ogni racconto del potere e di ogni rappresentazione della nostra vita, non è al centro, ogni tentativo di comprendere ciò che accade è vano.

III. *L'ossessione securitaria della politica e la libertà d'accesso fatta a fette*

Il potere politico fatica a comprendere le potenzialità del digitale e vi si accosta solo per regolamentare, troncare, sopire e per costruire una società nella quale la rete sia ridotta a piattaforma-media. L'ossessione securitaria poggia su un racconto della rete che indica solo le sue negatività, i suoi nodi, l'antropologia impazzita che la rete produrrebbe.

È una rappresentazione reazionaria e autoritaria che ha ormai disegni diversi ma molto determinati e chiari: la regolamentazione europea in sede di direttive su Telecom, privacy e protezione dei minori contiene gravi minacce censorie. Il potere ha sempre meno pudore nel parlare di filtri e censure.

Il quadro nazionale è perfino peggiore. Gli epifenomeni di alcuni deputati quando si parla di "pirateria", che ingiustamente riteniamo folcloristici, segnalano una tendenza alla pura e semplice regolamentazione autoritaria della rete. Che coincide in modo quasi perfetto con l'affettamento della libertà d'accesso che le Telecom chiedono alle autorità europee e nazionali (neutralità della rete).

IV. *I nuovi intermediari sono potenti*

Il digitale non è solo disintermediazione. Reintermedia sotto nuove forme. E consegna un potere enorme alle piattaforme tecnologiche. La tecnologia *non* è neutrale. I detentori delle piattaforme tecnologiche sono pochi, essenzialmente di due tipi: motori di ricerca, e società che gestiscono l'accesso, sia sulla rete fissa che in mobilità.

A essere più precisi, lo scenario vede agire: organizzatori di conoscenza e indirizzatori di visibilità, detentori del tubo in cui passa l'informazione, e grandi piattaforme di aggregazione sociale.

Soggetti che naturalmente tendono all'oligopolio. Mentre i creatori di conoscenza, specie se si pensa alla coda lunga, sono invece moltissimi. Da quelli mainstream all'ultimo blogger, non possono fare a meno dei primi.

L'interesse primario delle piattaforme tecnologiche è che la moltitudine resti tale, che nessuno dei produttori di informazione cresca talmente nell'attenzione del pubblico da poter avere la forza contrattuale di suscitare un'attenzione autonoma, che non sia reintermediata dalla tecnologia degli algoritmi di ricerca. Fornitori di connettività e motori hanno un interesse statutario alla mercificazione della conoscenza, alla sua *commoditizzazione*, alla sua fungibilità, non alla sua qualità.

Più il sistema è sull'orlo della babele interpretativa, dell'entropia, del culto del fattoide – situazione in cui per i cittadini è impossibile avere punti di riferimento nella produzione di senso – più il potere di intermediazione di questi soggetti aumenta.

Lo spostamento verso la conoscenza diffusa è la grande rivoluzione del nostro tempo: si tratta di impedire che – in nome dell'innovazione – qualcuno costruisca rendite di posizione inattaccabili pregiudicando il futuro.

V. *Le piattaforme di gestione della pubblicità sono opache*

Il digitale è l'economia dell'abbondanza di merce-informazione. Ma l'attenzione e la sua principale forma di monetizzazione, la pubblicità, sono una risorsa scarsa. Tutti gli attori del sistema ne hanno bisogno per sopravvivere. I meccanismi tecnologici attraverso i quali le piattaforme gestiscono la pubblicità sono opachi.

Non c'è scelta: starne fuori è un suicidio, farne parte condanna la produzione culturale alla proletarizzazione.

VI. Il tubo non è neutrale

Le piattaforme di accesso sia alla rete fissa, sia alle infrastrutture mobili sono gestite con fortissime rendite di posizione. Accedervi, per i produttori di informazione, significa rinunciare a quote significative dei propri ricavi e porsi in condizione di fragilità. L'alternativa è condannarsi al silenzio.

VII. *L'habeas corpus va esteso all'habeas data*

I dati personali sono il nuovo *habeas corpus* violato quotidianamente dalle grandi piattaforme. Anzi, come sostiene il giurista Stefano Rodotà, bisognerebbe arrivare alla definizione di un vero e proprio diritto personale e inviolabile all'*habeas data*. Pubblicità, e-commerce, portabilità dei dati personali: su questo terreno si ridefiniscono i diritti individuali nella società digitale.

Solo un'informazione non subordinata al potere delle piattaforme può aiutare cittadini, legislatori e portatori di interesse a compiere le scelte in modo consapevole.

VIII. Il populismo digitale è già qui

Dall'incontro tra potere politico e libera aggregazione di rete può nascere una forma di populismo digitale più pericolosa di ogni televoto catodico. Raccontare i fatti e mettere in condizione di decidere in modo informato è l'unico antidoto possibile. Solo il giornalismo lo può fare.

IX. *Il reboot del giornalismo*

Il giornalismo, sia quello dei grandi media sia quello praticato dal basso, deve rigenerarsi. Nelle pratiche, negli strumenti, nei modelli economici. Deve affrancarsi dai vizi della corporazione, trovare il coraggio di rimettersi in gioco, innervare le nuove modalità di raccolta, racconto e distribuzione di informazione con i principi base del mestiere.

Il giornalismo tradizionale deve imparare a raccontare il mondo trasformato dal digitale. I privilegi di categoria sono finiti, tra questi l'esclusiva della rappresentazione del mondo. Esiste l'opportunità di integrare il racconto e la testimonianza dei media tradizionali e del nuovo giornalismo. L'unico terreno d'incontro possibile è il rigore delle regole del mestiere.

X. *La proprietà pubblica del racconto, dei racconti: la libertà della rete*

Il potere concepisce il giornalismo come separazione delle persone da se stesse e dalla loro realtà. Il discorso dei media in una democrazia sempre più “difettosa” tende a diventare racconto del potere, costruzione di un immaginario di bisogni omogeneo ai propri fini e omologazione valoriale. È vero, questa ricostruzione risente del “caso italiano”, ma è pur vero che l’Italia sta segnando in questo senso un’esperienza di confine, un *leading case* del racconto mediale alienato.

Sotto questo aspetto la rete è un vero nemico: in quanto luogo/mezzo di esperienze altre, di potenziale costruzione di altri percorsi, di germoglio di altre opinioni pubbliche e private, la rete è una anomalia internazionale, naturale contropotere. I racconti sono eversori del Racconto. Questa è la sfida: difendere la pluralità dei racconti.

RINGRAZIAMENTI

Qui paghiamo alcuni debiti...

Un ringraziamento particolare a Sergio Maistrello, che ha ascoltato l'idea, letto gli appunti, discusso le prime bozze. A Matteo Brambilla, umorista lisergico, editor paziente e capace.

E poi, in rigoroso ordine alfabetico: a Bruno Arpaia, come sempre "levatrice" di libri. Ad Alberto Berretti, mente matematica inquieta e sempre pronta a dare idee. A Giovanni Boccia Artieri, che pensa i media e osserva le persone. Ad Arianna Ciccone, per quel che accadrà e per l'entusiasmo con cui lo farà capitare. A Giuseppe D'Avanzo per le lunghe discussioni sul "racconto" e l'incoraggiamento nei momenti di "gettiamo la spugna". Ad Alessandro Gilio-
li, per l'ironica saggezza e la sdrammatizzazione. A Claudio Giua, per l'affetto, l'antica stima e il sostegno. A Giuseppe Granieri che ci sopporta nonostante le nostre critiche. A Loredana Lipperini, per il tifo ultrà a nostro favore. A Guido Scorza, per la sapienza giuridica. A Mario Tedeschini Lalli, per quindici anni di discorsi e cultura comune. E a Paolo Vagheggi, che ci ha dato la sua amicizia: "in loving memory", Paolino.

