

La notizia personalizzata è il futuro del giornalismo

Il Festival Internazionale di Perugia si confronta col mondo digitale



ROMEO BAGLIONI

Snowden, la star

La star è stata senza dubbio Edward Snowden, il tecnico della Nsa che ha svelato le attività di controllo della intelligence americana, che si è collegata con il festival via Skype

L'accesso

Trasparenza di tutti i dati

CAROLA FREDIANI

«Dove un superiore, pubblico interesse non imponga un momentaneo segreto, la casa dell'amministrazione dovrebbe essere di vetro», scriveva Turati nel 1908. Già, perché l'idea che accedere ai dati dello Stato sia un diritto dei cittadini non è solo un concetto americano. È vero però che gli Usa fin dagli Anni 60 si sono dati una legge federale, la Freedom of information act o Foia, per agevolare l'accesso a informazioni controllate del governo. Strumento usato spesso dalla stampa a stelle e strisce per fare chiarezza su questioni di pubblico interesse. Ora anche il nostro Paese sta discutendo di un Foia italiano, grazie a un

gruppo di associazioni raccolte in #Foia4Italy, che hanno messo insieme un testo di una proposta di legge. Cosa chiede il Foia tricolore? Il diritto di accesso, per tutti a tutti i documenti, atti, informazioni e dati in possesso di un soggetto pubblico, non solo amministrazioni ma anche società partecipate e gestori di servizi pubblici. La trasparenza su dati e documenti è infatti solo il primo strumento in mano ai cittadini, a partire dai giornalisti, per poter fare informazione, al di là delle promesse o rassicurazioni dei politici.

@carolafrediani

Servizi tratti da La Stampa di domenica 19 aprile 2015

Condividere Su Facebook vince l'attualità

FRANCESCO ZAFFARANO

Nel mondo dell'informazione online si parla sempre di utenti, poco di lettori e ancora meno, purtroppo, di persone. Sono proprio loro, però, che si nascondono dietro i click ed è a loro che si deve pensare quando si scrive. In un momento storico in cui si è sempre meno disposti a pagare per le notizie è giusto chiedersi cosa attribuisca valore a un articolo, un video, una fotografia. Il numero di accessi a un sito internet, in questo senso, non può bastare se la quantità si accompagna a una lettura parziale e veloce. A determinare il valore dovrà essere sempre più la qualità del coinvolgimento dei lettori, cioè quanto tempo le persone decideranno di dedicare a un contenuto. Per coinvolgere i lettori bisogna dar loro quello che cercano, senza la presunzione che sia solo intrattenimento. A smentire questo pregiudizio sono alcuni dati resi pubblici da Facebook a Perugia: l'ultimo anno nella presunta patria dei contenuti leggeri, le storie più condivise sono state quelle di attualità, dall'attentato a Charlie Hebdo alle elezioni in Israele. Con buona pace dei gattini.

@FraZaffarano

La carta

La qualità premia ancora

FRANCESCO RIGATELLI

Pur venendo da posti lontani hanno pensato la stessa cosa. Secondo loro c'è ancora spazio per pubblicazioni di carta, magari in inglese per allargare il pubblico, con articoli ben scritti e qualche idea nuova su come farsi conoscere. Ibrahim Nehme, 29 anni, è il fondatore di *The Outpost*, semestrale libanese nato per perpetuare il clima delle primavere arabe. «Mi occupo di ogni tipo di cambiamento, politico, sociale, tecnologico - racconta -. Per questo non posso ignorare quello dei media. Ho pensato ci volesse un periodico per fare il punto della situazione internazionale nella nostra regione e per riunirvi intelligence attorno». Stampa 300 mila copie senza pubblicità, ha 50 collaboratori, lui è il solo a tempo a pieno. Cesare Alemanni, 32 anni, milanese, un'esperienza nella rivista *Studio* di Federico Sarica, dall'Italia è volato nella capitale tedesca per fondare *Berlin quarterly*. Per sostenere questo quadrimestrale da 4000 copie sta creando un'agenzia di contenuti paralleli e per ora si appoggia a un mecenate irlandese. «Stare in piedi da soli non è una strada facile, ma è meno impossibile di come sembri. La mia scommessa è intercettare il dibattito culturale europeo».

twitter @rigatelli

Il mobile

Riprogettare le notizie

Fino a pochi anni fa si parlava di internet pensando ai computer, ma la verità è che il numero di persone che si collegano da una postazione fissa è in declino. In Italia la diffusione degli smartphone ha raggiunto nel 2014 il 61% della popolazione (dato Nielsen) e il numero di accessi a internet da mobile ha superato quelli da desktop: il 58,5% del tempo totale speso online è su smartphone e tablet, ed è generato da 15 milioni di utenti unici (tra i 18 e i 74 anni) nel giorno medio, contro i 12 che si collegano da un computer (dati Audiweb). Quando nacque la tv arrivò il tg perché non ci si poteva limitare a proiettare le pagine di un giornale su uno schermo. Come non si può pensare oggi di riproporre i siti internet tradizionali a chi legge dallo schermo di un telefono, magari mentre cammina per strada o è su un mezzo pubblico. Non è solo una questione di composizione delle pagine, si parla anche e soprattutto di sfruttare le tecnologie che il mobile offre: come la possibilità di geolocalizzazione dei lettori per offrire loro notizie che partono dal territorio in cui si trovano, senza proporre indistintamente a tutti il rullo delle notizie della giornata.

[E.J.]

Il digitale cresce ogni anno. I prodotti sono diversi, hanno pari dignità: ognuno cercherà il migliore modello possibile. Il giornalismo ha valore

su ogni piattaforma, ma un giornalismo sostenibile è più forte, e potrà ancora fare la domanda giusta per il vero padrone: il lettore.