

La libertà (di stampa) è partecipazione

Come cambia il giornalismo: parla Garrett Goodman, coordinatore di Citizenside, ospite del festival di Perugia

PAOLO
CAMPO

Come cambia il giornalismo visto dalla parte del cittadino? Tra le esperienze più interessanti sulla collaborazione e condivisione di contenuti informativi tra giornalismo professionale e partecipazione c'è Citizenside, una "comunità globale di notizie" nata sei anni fa circa che raccoglie contributi video e foto dagli utenti che fanno parte del *network* e li distribuisce alle testate professionali. Nel 2007 è nata una collaborazione con l'agenzia internazionale France Presse che fa di Citizenside un ibrido di successo, metà social e l'altra metà gruppo editoriale che favorisce la diffusione del lavoro dei suoi *stringer*. Ne abbiamo parlato con Garrett Goodman, coordinatore internazionale di Citizenside, l'uomo che sta facendo crescere la rete di partnership e collaborazioni grazie anche al *Reporter Kit*, una piattaforma tecnologica che consente di curare l'integrazione tra *social network* e contenuti giornalistici. Goodman è in Italia in questi giorni su invito del Festival internazionale del giornalismo di Perugia, la Woodstock dell'informazione fondata da Arianna Ciccone e Christopher Potter.

Cominciamo dall'inizio: come nasce Citizenside?

Citizenside è stata fondata in risposta alle bombe esplose nella metropolitana di Londra nel 2005. O meglio, non in risposta alle bombe, ma al modo in cui la Bbc aveva coperto quell'evento. Usando un'immagine presa da un cellulare, poi diventato lo scatto iconico preso da dentro la metro. Era la prima volta che i grandi media tradizionali veicolavano una immagine amatoriale, scattata da un telefonino. Citizenside è nata dall'idea che quel tipo di contenuto prodotto in maniera non professionale fosse destinato a crescere, dal momento che sempre più persone si portano appresso cellulari dotati di microcamera.

All'incrocio tra l'informazione tradizionale e i contenuti user generated?

Si, il nostro obiettivo è quello di portare un prodotto in crescita a incontrarsi con l'eterna esigenza da parte dei media di avere le prime immagini affidabili dai luoghi in cui avvengono fatti da ultimora. Mano mano che abbiamo sviluppato la nostra tecnologia di trattamento di contenuti *user generated*, siamo stati contattati da vari media che volevano costruirsi una loro rete di testimoni diretti, ed è nato così quello che chiamiamo il *Reporter Kit*, e cioè l'esperienza di Citizenside tagliata sulle esigenze dei media tradizionali, che include anche strumenti per verificare le notizie che arrivano da giornalisti non professionisti e una interfaccia disegnata apposta per costruire una comunità e favorire la partecipazione attraverso dinamiche di gioco molto divertenti.

Come è cresciuta la vostra comunità nel corso del tempo?

La nostra rete di corrispondenti su base locale cresce grazie al passaparola e alle tecniche di aggregazione di news attraverso i *social media* che il nostro team editoriale ha sviluppato. Ne abbiamo adesso circa 70mila da più di 150 paesi ...

Una cifra impressionante.

... già, una copertura incredibile che ci consente di avere notizie dal Kashmir a Kuala Lumpur, da Londra alla Libia. Dal punto di vista tecnologico, Citizenside si è allargata al Regno Unito con due nuovi partner del nostro *Reporter Kit* (*Archant* e *The Drop Network*). I nostri partner britannici e la stessa Citizenside sono stati nominati per i Newspaper Awards 2012 nelle categorie della innovazione digitale e della agenzia digitale dell'anno. Abbiamo idea di portare la nostra tecnologia innovativa in tutti i principali mercati europei e stiamo parlando con varie altre grosse testate in tanti paesi.

Ma il lavoro che fate è quello che comunemente chiamiamo citizen journalism? O è qualcosa di diverso?

A Citizenside crediamo che le notizie che arrivano da fonti non professionali non siano *citizen journalism*, ma testimonianze dirette. Il *citizen journalism* implica una certa dose di professionalità, copertura obiettiva, efficace capacità di contestualiz-

zare, analisi approfondita. I componenti della nostra rete, invece, condividono materiali grezzi, sono fonti primarie che offrono testimonianze di prima mano.

E come impatta con il lavoro giornalistico questa enorme mole di contenuti?

I giornalisti usano questi contenuti per illustrare i loro articoli ed arricchire la loro copertura di un evento. Lo hanno sempre fatto, andare in strada e raccogliere informazioni. È solo che adesso questo lavoro di recupero delle notizie può essere svolto in maniera molto più efficiente, grazie ad esempio a strumenti di geolocalizzazione o di analisi degli archivi per verificare i contenuti. Collaborare con il pubblico che ti aiuta a coprire un evento può essere un'esperienza incredibilmente remunerativa per i lettori e garantire ai media contenuti straordinari. Il futuro delle news è partecipativo, ma dietro a tutto questo c'è una lunga eredità di copertura mediatica tradizionale.

Insomma, è il mix che funziona. Non temete qualche cortocircuito?

I media professionali possono coinvolgere il loro pubblico durante una inchiesta, migliorandone la copertura e aumentandone l'impatto. Dal *crowdsourcing* alla sollecitazione di reazioni una volta che la notizia è stata pubblicata, tutti questi contenuti *user generated* possono aiutare a contestualizzare il loro lavoro. Ancora poche testate, però, lo hanno compreso appieno, uno dei migliori esempi resta quello del *Guardian* e della sua iniziativa di *Open Journalism*. Estremamente importante è buttarsi in quello che Bill Mitchell ha chiamato "il giornalismo del passo avanti", e cioè dare pieno riconoscimento alla partecipazione del pubblico. Un esplicito ringraziamento a un lettore può avere un significato enorme dal punto di vista della sua fidelizzazione.

Tenere insieme questi due aspetti, metterli in relazione, è questa la sfida del futuro per l'informazione, no?

Si fa molta confusione e si rischia qualche fraintendimento quando si parla di contenuti *user generated* e di giornalismo *open*. Ecco perché *Citizenside* ha organizzato una conferenza assieme al *College of Journalism* della *Bbc* per affrontare proprio la relazione tra questo tipo di fonti e i media tradizionali.

La segniamo in agenda.

La conferenza si intitola *Connecting Communities*, è un evento di un giorno il prossimo 24 maggio alla *Media City Bbc* fuori Manchester. Ci saranno *panel* sui soldi e le risorse, la qualità e i valori, più brevi presentazioni con alcuni esempi pratici di collaborazione.

Quali altri esempi avete in mente per far capire il lavoro che svolgete?

Ho un rispetto immenso per molti dei nostri corrispettivi nella grandi testate, gente come Andy Carvin di *Npr* che ha creato un precedente impressionante a favore dei contenuti *user generated* grazie all'uso fatto di *Twitter* durante la primavera araba. O Matthew Eltringham, già a capo dell'*hub* della *Bbc* per questo tipo di contenuti, e Paul Lewis al *Guardian* che hanno fatto davvero grandi cose per aprire i grandi media al contributo dei *new media* ed esplorare nuovi metodi di aggregazione delle news.

Hai citato la rivoluzione in Medio Oriente e Nord Africa, mettiamoci anche il movimento di Occupy Wall Street.

Quanto hanno contribuito a cambiare lo scenario dell'informazione su scala globale?

La potenza dei contenuti *user generated* si fa particolarmente evidente nel caso di eventi o movimenti di massa nei quali i media tradizionali hanno problemi ad accedere. Nei primi giorni del movimento *Occupy Wall Street*, molti dei partecipanti avevano l'impressione che i media tradizionali non stessero garantendo una copertura adeguata di quanto stava accadendo, perciò hanno cominciato loro stessi a dare un contributo sulla nostra piattaforma. Siamo stati, così, capaci di far circolare immagini davvero potenti, testimonianze dirette, attraverso la rete di *Afp* (l'agenzia *France Presse*) prima che molti media europei avessero ancora visto o sentito parlare del movimento.

Senti, ma cosa segue o legge ogni giorno il coordinatore internazionale di *Citizenside*?

Una bella mano me la offre *Twitter*, durante l'intera giornata, uso *Summify* per essere certo di non essermi perso nessuna grande notizia. Mette insieme i 5-10 articoli più condivisi dalla mia rete di *tweep*. Sono iscritto, inoltre, a diverse newsletter: *Wan-Ifra Executive News Service*, la *Monday Note* e *Gorkana*, tra le altre.

Sei su *Twitter* (@garrettgoodman). Ci dai qualche suggerimento di chi seguire?

Per stare in mezzo alle tendenze dei media, consiglio @*Newspaperworld* e @*Journalismnews*, Per farsi una risata, seguire @*DepressedDarth* e @*FirstWorldPains*. E, certo, poi va seguito @*citizenside* per le ultimissime notizie prese dalle nostre fonti dirette.

Nelle foto, tratte dal Citizenside, le proteste degli studenti in Quebec contro l'aumento delle tasse universitarie (foto grande); nelle immagini piccole, a partire dall'alto, Occupy Minneapolis, le recenti manifestazioni egiziane e le dimostrazioni per Trayvon Martin a New York

