



PARK HOTEL
AI CAPPUCCINI
Cassia

Boldrini: serve una Carta per internet

PERUGIA - Al Festival del giornalismo di Perugia è stato il giorno della presidente della Camera Laura Boldrini che, partecipando all'incontro "Una Costituzione per internet" ha annunciato l'istituzione di una Commissione per elaborare una carta dei principi tesa a tutelare la libertà su internet, mettendo in primo

posto i diritti della persona. Non vogliamo fare una legge, ma fornire dei principi.

Ha poi proseguito aggiungendo che «l'obiettivo è andare verso una mediazione per impegnare il Governo a promuovere un approccio basato sulla centralità dei diritti sia in sede nazionale che internazionale. In tal senso il sottosegretario

Giacconelli ha dato ampio sostegno e nel senso che il governo non possa fare mai questo lavoro».

Infine la presidente ha ricordato che «abbiamo lavorato dal 2011, con il copyright e sul diritto all'oblio, per tentare di conciliare, attraverso la consultazione pubblica, di coinvolgere il partecipante su tali aspetti. Non si tratta tuttavia di chiudere i battenti, ma di tutelare che vi sia il web in modo liberatorio».

GIORNALE UMBRIA

extra

38

cultura & SPETTACOLI

Verso giornali fatti dai lettori

Al Festival del giornalismo la testimonianza di modelli di comunicazione alternativi

di FRANCESCO CASTELLANI

Anche in questa terza edizione del Festival internazionale del giornalismo (che si chiuderà oggi a Perugia dopo cinque giorni di dibattiti, di incontri, di scambi pregevoli e provocatori), il tema dominante sembra essere la crisi che il settore sta vivendo e la sfida nel creare nuove strategie di mercato per riconquistare i lettori. Si è parlato molto di Internet, dell'uso dei social network e della loro influenza sul giornalismo di ultima generazione, ma anche del fatto che ormai sembra esserci sempre più evidenza che twitter, facebook, pinterest, instagram, svolgono una funzione "lancio", e che poi l'approfondimento si ricerca sui blog personali sui giornali (cartacei e online che sono).

E così stanno emergendo nuove voci e possibilità del tutto inaspettate fino a qualche tempo fa. Non a caso uno dei panel più seguiti è stato "Nuovi modelli di business per il giornalismo" che si è svolto nella Sala Raffaello dell'Hotel Beufanti.

I due relatori, Alexander Klipping, fondatore della piattaforma online Blendle, ed Ernst-Jan Pfauth, editore del web journal De Correspondent, sono stati i protagonisti del dibattito moderato da George Brock, docente di Giornalismo alla City University di Londra. Alla discussione ha partecipato anche Matthew Ingram, giornalista di Fortune Magazine e senior writer di Gigamon fino allo scorso marzo, e Raju Nariseti, vicepresidente senior di News Corp. Quello che è emerso è il profilo di un giornale "specchio", sempre



Ernst-Jan Pfauth, editore del web journal "De Correspondent"

più vicino ai lettori, capace di interpretare in maniera diretta i bisogni, le esigenze, perfino il carattere. Raju Nariseti ha parlato di «sfidatizzazione degli utenti», spiegando che occorre prima di tutto lavorare sui contenuti che interessano i lettori e dunque concentrarsi sul racconto diretto, sull'intesa fra chi scrive e chi legge, e vedere se poi alla fine un articolo funziona». Dello stesso parere Matthew Ingram: «È evidente che occorre creare un rapporto a doppio filo con gli abbonati, ancor prima di costruire un modello di business».

È l'esempio concreto più volte citato

è stato quello di Blendle e De Correspondent, che rappresentano due network di successo che vivono del sostegno dei propri lettori. De Correspondent, giornale online indipendente olandese, nato con una campagna di crowdfunding, prova di quella pubblicità che potrebbe influenzare scelte e azioni, come essenzialmente sul supporto di circa trenta mila iscritti che pagano sessanta euro l'anno per accedere a tutte le sezioni del sito.

«Abbiamo deciso che volevamo concentrarci del tutto sui bisogni dei nostri abbonati, ha evidenziato

Pfauth, ricordando che il suo web journal è direttamente finanziato dal rapporto fra giornalisti, leader della costruzione e utenti, e quelli possono diventare a loro volta protagonisti e contribuire così anche ai contenuti del sito. Proprietario da un anno sotto "l'ombra del giornalismo", anche Blendle ha voluto però come esempio di come l'editoria sta cambiando e perfino si potrà fare direttamente con Internet.

«È perfino», ha spiegato Alexander Klipping, «perché puoi tenere sotto controllo la situazione. La maggior parte degli articoli sono letti e vanno sviluppati contenuti e se il pezzo non è perfetto si ottiene il feedback».

Insomma quello che si va delineando è che sembra funzionare davvero, è il profilo di un giornale costruito, scritto e sviluppato "diretto" dagli stessi beneficiari, ed è chiaro - ha detto un ragazzo del pubblico - che presto non si conoscerà un modello di giornalismo "old school", dove ognuno si senta autorizzato ad intervenire, criticare, giudicare, suggerire e dunque creare e far parte in maniera legittima e riconosciuta della grande famiglia dei comunicatori, per contribuire non solo a raccontare la realtà, ma anche a qualificarla e partire dalla propria esperienza, dal proprio punto di vista. Una bella sfida non è? E che dite, volete comunque "rispondere" a questi scopi? - avrà sempre bisogno di giornalisti in grado di fare questo, di abbonati a "rispondere" e tutti coinvolti. Solo così la realtà potrà essere letta e fatta propria».