

Il web e l'arte della manutenzione della notizia

Like 8

1

Tweet 2

di [Giorgio Fontana](#)

Il panorama del **giornalismo digitale** è in continua evoluzione praticamente ovunque nel mondo: la difficoltà di trovare un modello di business adeguato e l'inevitabile cambio di paradigma culturale ancora prima che tecnologico (dalla carta al web cambia l'intera percezione e fruizione di cos'è una *notizia*) lo rendono un terreno particolarmente delicato.

L'**Italia**, a sua volta, è un caso peculiare per diversi motivi: quali il tipo di giornalismo storicamente misto (senza una distinzione precisa fra notizie "basse" e *hard news*), la ancora scarsa penetrazione di internet nel paese, o la stessa presenza di un organo unico nel suo genere come l'Ordine dei giornalisti.

E anche l'adozione dei **paywall** - prevista per i grandi player nel corso di quest'anno - solleva qualche dubbio, visto il loro carattere molto generalista e l'**incapacità di creare autentico coinvolgimento** da parte di una comunità di lettori. Per finire, negli ultimi tre anni sono nati dei **quotidiani all digital** come Il Post, Linkiesta e Lettera43: privi della necessità di far fronte a una transizione dalla carta ai byte, hanno potuto - o hanno cercato di - interpretare al meglio tale nuova forma di giornalismo.

Insomma, mancava davvero un lavoro che mettesse ordine in questo panorama complesso e così stratificato: fortunatamente, ora c'è. Si chiama **Il web e l'arte della manutenzione della notizia**, ed è un ebook scritto da Alessandro Gazoia (proprietario del blog [jumpinshark](#)).

Si tratta di un saggio davvero eccellente: con dati aggiornati alla mano e una grande capacità analitica e sintetica, Gazoia introduce il lettore al mondo del giornalismo digitale (con tutte le sue specificità) per poi restringere l'obiettivo sui diversi tipi di portali a disposizione dei lettori: quelli tradizionali in bilico fra l'edizione classica e quella online, i nuovi player di cui sopra, ma anche il nuovo HuffPost italiano o le **piattaforme di informazione locale** (es. Varesenews) molto spesso sottovalutate, e che invece producono ottimi numeri.

La bravura di Gazoia sta nel maneggiare una materia così complicata con grande disinvoltura, senza dimenticare un **sano approccio critico** verso le forme più deteriori di *click journalism* - i vari "boxini morbosi" fatti di immagini gossipare e le ormai celebri "colonne di destra" di Corriere.it e Repubblica.it. (E proponendo a sua volta delle

soluzioni diverse e più equilibrate, in grado di tenersi in piedi fra il bisogno di macinare visualizzazioni per l'advertising e la necessità, assoluta, di fare informazione di qualità e creare un senso comunitario fra i propri lettori).

Molto interessante anche la messe di fonti riordinata nella bibliografia finale, e che può servire come spunto per ulteriori approfondimenti.

Nel complesso, il lavoro di Gazoia è fondamentale per qualsiasi addetto al lavoro, ma è anche una risorsa di estremo interesse per "quello che un tempo veniva chiamato lettore" - e che ora, per l'appunto, contribuisce attivamente alla **creazione e alla condivisione delle news**.

Come scrive l'autore, ormai "fa giornalismo pure il cittadino che documenti in un blog la situazione del verde pubblico nella sua città o le condizioni delle mense sociali, segua la stagione della locale squadra di calcio o gli eventi culturali, crei una base dati liberamente consultabile sulle scuole non in sicurezza o sugli incidenti causati da guidatori imprudenti a ciclisti della sua area".

E in tale situazione fluida, dove siamo tutti chiamati in qualche modo a giocare al grande gioco dell'informazione - dove possiamo spostare di un centimetro il sistema anche solo con un tweet - il valore di un sunto di qualità è immenso: mai come ora è stato importante capire in che modo il giornalismo sta cambiando, e l'ebook di Gazoia è uno strumento prezioso per fare luce su questa strada.

[12/03/2013]

Articoli correlati

- [Com'è andato il social marketing nel 2010](#)
- [Showmystreet: le immagini delle strade, subito](#)
- [Se il web semantico è davvero semantico](#)
- [Attention economy revisited](#)
- [Come funziona il web](#)