

Università degli studi di Roma "La Sapienza"



Facoltà di Scienze della Comunicazione

Tesi in "Giornalismo on line"

# "NEW JOURNALIST"

Il giornalismo al tempo di Internet.  
Analisi dei processi produttivi di:



**Relatore:**  
*Prof. Pasquale Mallozzi*

**Correlatore:**  
*Prof. Luciano Russi*

**Laureando**  
*Vittorio Giordano*

**Anno Accademico 2003/2004**

## ABSTRACT

La tesi "New Journalist" nasce dalla volontà indagare lo stato del giornalismo alla luce dell'avvento delle tecnologie digitali. Questo lavoro vuole essere una fotografia della realtà giornalistica on line in Italia e mira anche a valutare la vicinanza/lontananza tra quanto "si dice ed è stato detto" in teoria e quanto "si sta facendo e si è fatto" in pratica all'interno delle testate giornalistiche on line.

Dal punto di vista dell'architettura, la tesi si articola in 3 capitoli, più la *premessa* e le *conclusioni* che, come un cerchio che si apre e poi si chiude, vogliono essere insieme una "fotografia" di una realtà non entusiasmante e uno "sprone" per un giornalismo on line che sia finalmente consapevole, maturo e... protagonista.

- Il 1° capitolo è un'introduzione dove sono spiegate le "promesse e le premesse" del web journalism.

- Il 2° capitolo costituisce invece la sezione compilativa dove è invece illustrato il panorama generale insieme ai canoni principali del giornalismo on line.

- Il 3° capitolo rappresenta infine il settore sperimentale dove sono raccontati i 3 monitoraggi condotti presso tre redazioni web (Repubblica.it, Corriere.it e Stampa web). In più, per meglio definire il campo di indagine, preziosissima si è rivelata l'opinione di Grazia Visconti, giornalista web, che gestisce la rivista telematica "Grazia.net".

Date le promesse e le premesse teoriche, il giornalismo on line sembrava destinato a rivoluzionare il giornalismo tradizionale di stampo ottocentesco, cambiare il rapporto tra giornali e lettori, nonché la professione giornalistica nelle sue dinamiche produttive e nei suoi profili professionali. Per verificare questo "assioma", abbiamo dunque condotto uno studio sul campo andando a indagare come lavorano tre importanti redazioni di giornali on line.

Purtroppo i risultati si sono rivelati piuttosto "deludenti", e comunque lontani da quanto "predicato" sui libri, nei convegni, nelle tavole rotonde o nelle aule universitarie ( 3 aspetti su tutti: articoli troppo "ispirati" alle agenzie, la forte dipendenza giornalistica dal tecnico-grafico per i file multimediali, la scarsa interattività con i lettori). Si tratta di un giornalismo on line non ancora pienamente maturo e consapevole, ancora troppo esposto ai condizionamenti della tradizione cartacea e radio-televisiva che ne inibiscono il decollo come nuova filosofia di informazione e di comunicazione. I professionisti dell'informazione non fanno ancora un uso pienamente consapevole, convinto e decisivo degli innovativi e sofisticati strumenti di editoria multimediale.

Ma se ancora oggi il giornalismo stenta ad adeguare la sua offerta ai gusti del pubblico e ad adattare i propri codici espressivi e comunicativi alle trasformazioni imposte dall'innovazione tecnologica, e nonostante queste

difficoltà sembrano ancorare il giornalismo on line a una fase ancora sperimentale, la strada è ormai segnata: seppure con un po' di ritardo, il giornalismo dovrà adeguarsi alla trasformazione dei tempi. Dovrà cambiare ancora, così come sta cambiando – o è già cambiato – l'utente, sempre più predisposto a un approccio interattivo e multimediale offerto dalle nuove tecnologie.

Il New Journalist che ci aspettiamo per il prossimo futuro, viste "le premesse e le promesse" teoriche, è un giornalista che ama il proprio mestiere, che sa di essere il protagonista di una nuova frontiera del giornalismo, che lavora in ufficio o da casa con inventiva e creatività, che fa "scoop" sul web, che spesso viaggia munito di pc portatile, telecamera, foto-camera digitale nonché registratore-audio per raccontare "da vicino" gli eventi del mondo con un suo stile personale, unico e inconfondibile. E con un pezzo conciso e chiaro, costruito magari con paragrafi e sottoparagrafi separati da uno spazio bianco e con le parole-chiave in neretto per facilitare la lettura del pubblico (stile *Corriere.it*) e con foto medio-grandi, titoli in evidenza (con un font più grande e un colore forte come il rosso), e una gerarchia ben definita (stile *repubblica.it*). E soprattutto ci attendiamo un intenso rapporto di scambio tra produttore e consumatore nell'ottica della cooperazione e del reciproco arricchimento (stile *Stampa web* con la "Piazza interattiva").

Probabilmente il futuro del giornalismo on line in Italia sarà proprio legato all'evoluzione, in questo senso, delle redazioni web dei due giornali cartacei più letti sul territorio nazionale, Il Corriere della Sera e Repubblica. La Stampa invece sembra più defilata. Anche i portali generalisti come Libero e Tiscali fanno informazione e riscuotono successo, ma il pubblico, nonostante tutto, sembra pronto a voler concedere ancora un'opportunità e ad accordare un valore aggiunto, in termini di credibilità, ai 2 marchi prestigiosi, tradizionali e "istituzionali" che hanno fatto la storia del giornalismo in Italia.

Spetta ora alle testate on line rispondere alle aspettative con la giusta risolutezza e determinazione.

Come? La svolta deve venire da "dentro". Internet dà la possibilità di diventare giornalisti prima rispetto al passato, aprendo nuovi scenari, nuovi orizzonti, nuove possibilità. Bisogna allora sfruttare al massimo le potenzialità che oggi offre il web. Due su tutte: *l'ipertestualità e la multimedialità; l'interattività attraverso la creazione di comunità virtuali tra redazione e lettori.*

Solo così il New Journalist potrà affiancarsi al reporter della stampa, della radio e della televisione e potrà essere sempre più vincente e protagonista nella sua funzione di rappresentazione della realtà e costruzione dell'opinione pubblica.

# INDICE

<b>Premessa</b> .....	7
<b>CAPITOLO 1. Il giornalismo al tempo di Internet</b> .....	19
<b>1.1</b> Internet: una minaccia o una risorsa per il giornalismo? .....	19
<b>1.2</b> Le "premesse" e le "promesse" del giornalismo on line ...	21
<b>1.3</b> Lo stato dell'informazione on line in Italia .....	26
<b>CAPITOLO 2. Una professione in evoluzione: una panoramica generale e i canoni del giornalismo on line</b> .....	39
<b>2.1</b> Breve storia del giornalismo on line.....	39
<b>2.2</b> Il giornalismo sul web: .....	44
<b>2.3</b> Il contratto giornalistico per l'on line: la deontologia e i profili professionali della redazione on line: .....	90
<b>CAPITOLO 3. Uno studio sul campo: monitorate 3 redazioni web</b> .....	103
<b>3.1</b> Repubblica.it.....	103
<b>3.2</b> Corriere.it .....	133
<b>3.3</b> Stampa web .....	163
<b>3.4</b> Il giornalista on line secondo Grazia Visconti, autrice del libro "Giornalista on line. Dal web writer al web editor" .....	187
<b>Conclusioni. La terra promessa non è ancora all'orizzonte</b> .....	199
<b>Appendice essenziale</b> .....	207
<b>Bibliografia e Sitografia</b> .....	213