



**Dossier. Ecologia dell'informazione. Il più antico dei giornali di Monza da alcuni anni è anche online e in tv. Ne parliamo con Massimiliano Rossin, redattore e responsabile delle pagine culturali della testata**

Il

Cittadino, lo storico giornale di Monza, [dal 2006 fa parte](#) del gruppo Sesaab, editore dei principali giornali locali della fascia pedemontana Lombarda: Bergamo, Lecco, Sondrio, Varese e Como. Pur inserito in un contesto territoriale vasto, è stato acquisito con la volontà dichiarata di mantenere le identità locali, conservandone l'ispirazione cristiana e l'autonomia del centro decisionale di Monza.

Dopo Monza La Città e MB News, nata come testata di cronaca locale on-line, è stato il primo giornale della Brianza di origine cartacea a debuttare nella versione quotidiano web, bruciando sul tempo la diretta concorrenza del gruppo INetweek, di cui fanno parte le testate delle principali cittadine brianzole (Il giornale di Monza, Il giornale di Vimercate...). Ne abbiamo parlato con uno dei redattori, Massimiliano Rossin, curatore delle pagine culturali della testata.



Edicola

In [questo](#) editoriale il direttore Giorgio Bardaglio, usando una frase di Dino Buzzati, "Racconta, non fare il furbo", spiegava l'impostazione ineccepibile alla base del vostro modo di fare informazione. Nel web però è diventato più difficile praticare questo concetto etico, non tanto per via della furbizia quanto per le dinamiche comunicative: si fa strada un bisticcio innaturale tra le notizie e i fatti. Per stare nella concorrenza, dettata dalla fruizione delle nuove tecnologie, in generale i media sono portati a ridurre i pezzi a poche frasi sul modello Twitter. Non pensate alla possibilità di trasferire on-line anche servizi di approfondimento, che pure nel cartaceo sono interessanti oltreché corposi?

Abbiamo una convinzione: quella per cui non possiamo regalare on-line quello che vendiamo in edicola, perché significherebbe prendere in giro i lettori.

Non esattamente. Noi non pensiamo che esistano contenuti propri dell'informazione web e altri di quella tradizionale, al di là del fatto che abbiamo anche un televisione che propone un terzo sistema-notizie all'interno di una macchina informativa piuttosto complessa. Ma prima di tutto il Cittadino è un settimanale e [www.ilcittadinomb.it](http://www.ilcittadinomb.it) è un quotidiano online, una distinzione che porta con sé un approccio differente. È su questo che discutiamo, all'interno: su cosa appartenga all'uno e cosa all'altro. Ma non escludiamo che tanto il web quanto la carta possano essere i mezzi per raccontare e pubblicare inchieste, per esempio, o approfondimenti di diversa natura. Abbiamo una convinzione: quella per cui non possiamo regalare on-line quello che

vendiamo in edicola, perché significherebbe prendere in giro i lettori.

Chi pensa che la pubblicità oggi possa ripagare i costi dell'informazione sogna

E allora la strada da percorrere è differenziare e pensare a tutti i mezzi che abbiamo a disposizione – carta, web, tv – come a un sistema informativo complesso e organico. Ciascuno con le sue prerogative e offerte. La strada è tutt'altro che in discesa. Ma quindi sì: non escludiamo l'approfondimento on-line, ma non vogliamo che sia la replica speculare del giornale. Non ce lo possiamo permettere nei confronti del lettore, che rispettiamo. Un dato è certo: il mondo dell'informazione è come il mondo naturale, dev'essere sostenibile. Economicamente. Per avere una rete capillare in un territorio occorre avere le risorse per farlo. E tante. Non è semplice se l'opinione comune è che tutto, sul web, sia necessariamente gratis. Perché chi pensa che la pubblicità oggi possa ripagare i costi dell'informazione sogna. E chi pensa che l'informazione possa essere solo una passione a tempo perso, poi, si chieda se si farebbe fare una diagnosi medica da qualcuno che ha appena finito il turno in banca solo perché fin da piccolo voleva fare il chirurgo. O viceversa, farsi fare un mutuo dal dentista. Tutto questo a prescindere dagli errori singoli dei giornalisti. Come dei bancari. O dei dentisti.

**Così avete impostato la testata on-line indipendente e assai diversa nella grafica del formato cartaceo. Pensate che l'evoluzione sia su binari paralleli e quindi nella prospettiva futura il web sia destinato a ridurre l'impatto della crisi generale dell'editoria cartacea, oppure a trasformarsi per vivere di vita propria? Nel giornalismo è vivo il dibattito sul valore del cartaceo, sia come qualità emotiva della fruizione, sia per le modalità relazionali con il territorio, il suo essere fisico e votato all'approfondimento dei fatti. Smartphone & tablet prenderanno il sopravvento nelle metodologie della comunicazione?**

Appunto. Quali e quante siano le prospettive della carta rispetto al web è una questione aperta e, per ora, senza apparenti risposte. Torniamo alla sostenibilità, perché sono convinto che il punto sia la sostenibilità dell'informazione: le testate, a prescindere dalla loro rappresentazione fisica, possono permettersi una rete diffusa solo se sostenibili. Ripeto: a meno che non si decida una volta per tutte che l'informazione si fa con il tempo libero e basta. Il punto non è web o carta, il punto è capacità delle testate di finanziarsi e pagare quello che fanno. Perché finanziarsi significa avere un inviato in Siria e avere notizie di prima e non seconda mano, quando si è una testata nazionale; oppure avere un cronista capace di andare a verificare in qualsiasi momento ad Aicurzio, Briosco o Cogliate, una notizia, per averla di prima e non seconda mano.

Il punto non è web o carta, il punto è capacità delle testate di finanziarsi e pagare quello che fanno. Perché finanziarsi significa avere un inviato in Siria e avere notizie di prima e non seconda mano

La differenza è qui. Oggi siamo di fronte a un sistema dell'informazione – e ci sono casi recenti e cocenti– in cui la principale agenzia di stampa nazionale diffonde una notizia locale con un

errore incredibile. E tutti la riprendono perché è "l'agenzia di stampa nazionale" e pensi di poterti fidare. Se ho un cronista in grado di dirmi se è vero o falso prima di pubblicare, faccio la differenza. Se non posso averlo, perché non posso pagarlo, sono vittima di una notizia di seconda mano cui ho dato fiducia, per quanto dalla più affidabile delle fonti intermedie. Nel migliore dei casi. Oppure significa che ho copiato da qualche parte senza farmi domande, nel peggiore. Lo sproloquio per dire: non si tratta di carta o web, si tratta di sostenibilità integrata. Cioè introiti prevalentemente pubblicitari. Che sono madri e figli, allo stesso tempo, della qualità dell'informazione che si produce. Il nostro approccio verso on-line non è diverso dal settimanale cartaceo: semplicemente siamo on-line quello che non siamo in edicola, cioè un quotidiano. E ci comportiamo di conseguenza.

**Una parte importante della vostra testata è [monzabrianzaTV](#). Il servizio ha raggiunto indubbiamente un picco di qualità in occasione delle trasmissioni dei risultati elettorali di Monza. In un certo senso si respira un pizzico di quel concetto a me molto caro di ri-territorializzazione come contro-bilanciatura nell'epoca della globalizzazione. Qual è il vostro segreto?**

Facciamo un telegiornale al giorno, un tg flash quotidiano, un sito web aggiornato almeno dalle 9 alle 20 tutti i giorni, cinque settimanali diversi

**monzabrianzaTV** è una televisione tradizionale, si vede sul digitale terrestre su frequenze che bisogna pagare e pagare tanto. Si vede anche on-line. Abbiamo partecipato a un bando di qualità e lo abbiamo vinto, per avere delle frequenze assegnate dal ministero (visibili sul 618 dgt), anche se poi ci hanno creato una quantità di problemi su cui non mi dilungherò ora. Il punto della domanda è quando e come funziona al meglio il sistema web-carta-tv. Il fatto è, come dicevo, che l'integrazione dei mezzi è molto complesso, più di quanto sia forse normale immaginare. Noi contemporaneamente, nell'arco di una settimana, dobbiamo pensare a sviluppare il lavoro su tre fronti: facciamo un telegiornale al giorno, un tg flash quotidiano, un sito web aggiornato almeno dalle 9 alle 20 tutti i giorni, cinque settimanali diversi. Governare tutto questo è tutt'altro che semplice. Ma occasioni strutturate per loro stessa natura, come le elezioni, ci permettono di organizzarci al meglio. E allora il sistema quasi naturalmente è integrato, facendo forza su due elementi: quella rete diffusa di cronisti che ci garantisce di sapere prima di ogni altro cosa sta succedendo e la concentrazione di tutta la redazione (web/carta e tv) su un solo fatto: le elezioni. Nei lunedì elettorali, il nostro piccolo sistema informativo si occupa collegialmente di un solo fatto, il voto.

**Il giornalismo del web sembra tendere a far scomparire il corrispondente territoriale, cioè quella figura di presidio radicata, con profonda conoscenza e conseguente credibilità. Pensi sia una conseguenza della crisi dell'editoria o sia un fattore intrinseco della modalità del web?**

Credo di avere già risposto, ma ci torno volentieri: io sono convinto che il Cittadino, tra pregi e difetti, tra eccellenze ed errori, sia oggi l'unico in grado di offrire un sistema molto complesso di informazione che si basa sul suo radicamento diffuso sul territorio di cui si occupa. Ha un motore, la redazione di Monza, che è il cuore delle testate che produce, e più di un centinaio di persone che a vario titolo e con diversa intensità collaborano con la redazione. E' un patrimonio

unico, credo. Farlo sopravvivere, cioè fare in modo che chi si occupa di informazione per la provincia di Monza e Brianza non lo faccia solo se ha tempo e voglia di farlo, è la vera sfida. Economica, ovvio. E straordinariamente impegnativa. Non credo però sia un fattore intrinseco del web, l'estinzione del corrispondente - per la stessa ragione per cui ho detto che non ritengo differenti in sé l'informazione on-line e l'informazione cartacea. Se "l'agenzia nazionale" avesse avuto un corrispondente locale per verificare la notizia falsa di cui si diceva prima, l'errore non l'avrebbe fatto: sul web o in edicola.



Tramway Milano-Monza

Ma si tratta appunto di sostenibilità del sistema o dei microsistemi. Insomma: non stiamo parlando di come ci si sposta, stiamo parlando del fatto che ci si sposta. Ovvero, il punto non è se lo faccio su una carrozza a cavalli o su un Frecciarossa, la distinzione è solo segno dei tempi e noi – per il giornalismo – siamo in una fase di transizione tra carrozza e super velocità che nessuno sa quanto durerà, a prescindere dalla crisi economica, che è crisi pubblicitaria e che si trasforma in paralisi del naturale processo di evoluzione del mondo del giornalismo. Il punto però è altrove: per pagare il fieno ai cavalli, l'elettricità al treno, la cena alle famiglie di chi guida la carrozza o il treno, bisogna creare un sistema sostenibile, a prescindere dalle periodiche crisi economiche. Non stiamo parlando di cosa, ma di come. Finché ci si concentra sul mezzo, il

media, non si va lontano.

La sostenibilità autonoma del sistema dell'informazione produce libertà. Il contrario, il suo contrario.

Su come sostenere un sistema complesso nessuno, nessuno, ha oggi risposte. E chi lo fa mente. Oppure ha dei finanziamenti che non vuole farci sapere. Il rischio è trovarsi a pensare, come spesso si fa, delle cultura: letteratura, arte, musica. Va bene se è gratis. Ma farla, tenerla in piedi, finanziarla, farla vivere e crescere, ecco: costa. Costa soldi veri. L'equivoco per cui l'informazione, prodotta dal web, debba essere gratuita, vale quanto l'idea che una mostra non si debba pagare. Il lavoro culturale ha dei costi che da qualche parte vanno pagati. Lo stesso vale per un lavoro intellettuale come l'informazione. Dove si debba pagare, ecco: nessuno lo sa. E chi ha provato a farlo on-line, per ora, ha fallito, inclusi i sistemi di pagamento su mobile rispetto a device fissi: non hanno funzionato. Ma un dato è certo, secondo me: la sostenibilità autonoma del sistema dell'informazione produce libertà. Il contrario, il suo contrario.

### [Il Cittadino in cifre](#)

La redazione è la stessa del giornale cartaceo: direttore, caporedattore, due caposervizio, due vice caposervizio, sette redattori, cui si aggiungono due redattori tv. I collaboratori delle testate sono più di cento.

### [Dati Google analytics](#)

Dati medi dell'anno tra gennaio e luglio: media oscillante tra 190 mila e 230 mila visitatori unici al mese.

La media nei giorni lavorativi si attesta intorno a 13 mila, con picchi oltre 26 mila in coincidenza con particolari fatti di cronaca nera o lo spoglio elettorale.

Scendono sotto le 10 mila il sabato e la domenica (di solito, nei mesi caldi e quando c'è bel tempo).

Le visite totali sono: 30/35 mila al giorno.

Le visualizzazioni di pagina possono arrivare anche molto oltre le 60 mila al giorno.