Diario, Vorrei e l'informazione ai tempi di Facebook

Martedì, 03 Marzo 2009 14:53
Di Alfio Sironi

Le ingerenze della pubblicità, le qualità dei giornalisti, il "lusso" delle inchieste e dell'approfondimento

Lo scorso venerdì 27 febbraio presso la Feltrinelli di Via Italia a Monza La rivista che vorrei, rappresentata per l'occasione dal direttore Antonio Cornacchia e dallo scrivente, ha avuto modo di fare una chiacchierata con Massimo Rebotti, direttore di Diario, quindicinale d'approfondimento che sicuramente va annoverato tra i punti di riferimento della nostra ben più piccola e modesta redazione.

E' stata per noi e per il pubblico l'occasione per approfondire il tema dell'informazione e porre molte domande all'ex direttore di Radiopopolare Milano.

Phoca PDF

Martedì, 03 Marzo 2009 14:53
Di Alfio Sironi

Massimo Rebotti (Foto Giorgio Maidi)

Diario da un anno ha una nuova formula, quindicinale, prezzo alto (7 euro), assenza di pubblicità. Rebotti ci ha raccontato che la cadenza quindicinale è stata scelta con l'obiettivo di rispettare i tempi dell'inchiesta e dell'approfondimento, nel tentativo di andare "oltre la notizia". La scelta di proseguire senza pubblicità, alzando il prezzo è invece una scelta rara: "*Siamo al dunque del rapporto tra pubblicità e giornali* - spiega Rebotti - *gli investitori pubblicitari hanno sempre più voce in capitolo. C'è un esempio eloquente da questo punto di vista: qualche anno fa un gruppo di fotografi si concentrò sul tema della povertà in Italia, realizzando un bellissimo reportage. Un lavoro di fotogiornalismo di alto profilo che però non trovò spazio sulla stampa, proprio perché la maggior parte degli inserzionisti ritennero potenzialmente nocivo accostare le loro pagine pubblicitarie ad un lavoro che portasse un messaggio di quel tipo. Immagini di povertà esotica, estetizzante, favelas brasiliane, ad esempio, avrebbero incontrato certamente minori difficoltà di pubblicazione*".

La situazione descritta non è delle più rosee, insomma. Chiediamo lumi rispetto allo stato di salute dell'informazione: è oggi affetta da bulimia? Rebotti non sembra di questo parere: "*oggi ci sono molti ripetitori e amplificatori, ma una recente indagine statunitense dimostra che c'è stata, al contrario, una vera e propria ritirata dai territori. Negli anni '60, ad esempio, c'erano due terzi in più dei corrispondenti attuali: in qualche modo, il mondo era più raccontato cinquant'anni fa*".

Phoca PDF

(Foto Giorgio Majoli)

In quest'epoca di ripetute e brevi notizie, l'inchiesta che spazio trova? Siamo veramente di fronte a un lusso che pochi si possono concedere? Il direttore torna a evidenziare la contiguità tra interessi economici e organi di informazione: "*gli inserzionisti tendono a vedere la notizia come veicolo di fianco al quale mettere il loro spot. Si entra in una nuova logica in cui gli organi d'informazione sono veicoli per merci, questo aspetto comporta che la mole di informazione debba in qualche modo aumentare. L'approfondimento in questo modello d'informazione compulsiva, ovviamente, diventa un lusso: non c'è spazio per fare un'inchiesta che dura quindici giorni e della quale poi si dovrà scartare i tre quarti del lavoro. E' un costo diventato inaccettabile se confrontato con i presupposti di questo modello*".

Ne consegue una di quelle famose domande "da un milione di dollari": come uscire dal circolo vizioso? Come si comporta Diario in merito? Che responsabilità hanno i singoli giornalisti? "*Diario è prodotto da uno dei pochi editori puri rimasti in Italia e ha scelto di non ospitare inserzioni pubblicitarie, questo comporta una maggiore autonomia nel nostro lavoro. Se gli editori, come capita in molti casi, sono invece espressione di gruppi che hanno interessi economici in altri ambiti allora l'attività dei giornali ne viene ovviamente condizionata. Non credo sia corretto ricondurre tale condizionamento alle responsabilità e coerenza dei singoli giornalisti. Penso piuttosto sia necessaria una soluzione sistematica*". Come le fondazioni che negli USA sovvenzionano la stampa di qualità? "*quando si comprende l'importanza dell'informazione autonoma non è difficile ipotizzare delle "riserve dell'informazione"; le fondazioni possono svolgere un ruolo simile a quello delle aree naturali protette*".

Phoca PDF

Citiamo, successivamente, i dati di un'indagine che rivela la scarsa stima degli italiani nei confronti del giornalismo nazionale. Rebotti, al proposito, fa un esempio particolare, quello del G8 di Genova: "*il G8 fu una prova importante per il giornalismo italiano, mai come in quel caso si rischiò di fare di un "fatto" una vicenda di parte, raccontandola in modi divergenti. Episodi simili popolano la stampa con risvolti nocivi per la reputazione del giornalismo nostrano: da questo punto di vista, oggi, la situazione è peggiore rispetto a quella di qualche anno fa. Prendere posizione e riferirsi a valori precisi sono atteggiamenti positivi, cosa ben diversa è deformare i fatti in modo strumentale*".

Da sinistra Alfio Sironi, Massimo Rebotti e Antonio Cornacchia (Foto Giorgio Majoli)

Chiediamo allora al direttore come riconoscere un bravo giornalista. Dopo un attimo di *impasse* e qualche sorriso, davanti alla domanda non proprio semplice, la risposta arriva precisa: "*il buon giornalista è una persona che non mette il proprio nome davanti a tutto, che ha la capacità di ascoltare, che parte, sì, da un presupposto, ma sottopone la sua tesi a costante verifica. Credo basti questo*".

Nel titolo che avevamo dato al nostro incontro con Rebotti si leggeva "l'informazione ai tempi di Facebook": non potevamo esimerci da una domanda riguardante l'impatto delle nuove tecnologie sull'informazione. "*Non sono più novità* – sottolinea Rebotti - *ma strumenti comuni. Il vero tema è quello della sintesi tra varie forme. La rete è un moltiplicatore, trovi di tutto, cose serie, cose prive di fondamento, senza un filtro. Uno dei migliori libri che ho letto sull'11 settembre è stato scritto da un ventenne anglo-marocchino che non si è mai mosso dal suo Pc e con perizia ha sintetizzato e ordinato le fonti disponibili in rete. Le nuove tecnologie sono*

Phoca PDF

quindi un'enorme opportunità, ma non l'uovo di Colombo: le questioni di fondo restano".

Chiudiamo l'incontro tornando a Diario. Perché non si sia dotato di un sito internet. "*Non si tratta di una scelta, siamo in una fase di cambiamento e ritrovamento. Insomma, prima è necessario chiarirsi sul futuro del giornale, poi si penserà eventualmente a un sito. Inoltre, la gestione e la creazione di contenuti adatti a un sito rappresenterebbe un ulteriore costo e, attualmente, da questo punto di vista, facciamo già fatica con la rivista*". A questa risposta, si leva con tono di leggera preoccupazione qualche domanda dal pubblico riguardo allo stato di salute di Diario: "*E' dura* – esordisce Rebotti - *e molto più di quanto si potesse pensare. Ci sarà a breve un ulteriore cambiamento. E' dura rispetto alle premesse da cui Diario era rinato a febbraio 2008. La ragione è sostanzialmente una: la crisi. 7 euro sono troppi per certi aspetti. Per mantenersi senza pubblicità sono necessari. E' una scelta*".

(Foto Giorgio Majoli)

Phoca PDF