

IL GIORNALE ELETTRONICO

PIERANGELO GIOVANETTI

Com'è cambiata la stampa americana

Dall'inizio degli anni Novanta i giornali negli Stati Uniti hanno vissuto una delle più profonde e radicali trasformazioni della loro storia. Dopo anni di drastici cali nelle vendite, di disaffezione dei lettori, di perdita della pubblicità, editori e giornalisti hanno deciso di passare al contrattacco, ripensando alla radice volto e ruolo del giornale nella società moderna. Spinti dalla necessità di riguadagnare terreno nei confronti di pubblico ed inserzionisti, trascinati dallo spettacolare sviluppo delle tecnologie, incalzati dalla concorrenza di nuovi soggetti economici nel settore dell'informazione (dalle compagnie telefoniche alle società di computer, alle Tv via cavo), i quotidiani americani hanno imboccato la via della rivoluzione elettronica. Alla vecchia carta stampata, fresca ancora di inchiostro, hanno sostituito la carta di silicio e l'inchiostro digitale. Al posto della tradizionale parola scritta hanno aperto la strada a voce, suoni, immagini in movimento. Dalla rigidità del classico giornale già confezionato sono passati al giornale personalizzato, con informazione a richiesta, continuamente aggiornata, settorializzata secondo gli interessi. Attraverso la continua interazione del lettore, che diventa protagonista del "suo" giornale, che addirittura stampa a casa, secondo suoi criteri e bisogni.

Tutto questo è avvenuto attraverso l'innesto del vecchio foglio stampato con i nuovi mezzi di distribuzione dell'informazione e delle notizie forniti dalla diffusione tecnologica: il computer (con modem), il telefono, il fax. Una famiglia su tre, negli Stati Uniti, ha a disposizione un Personal Computer. Una su dieci è dotata anche di modem che permette al computer di dialogare telefonicamente, di ricevere e inviare informazione attraverso il semplice filo del telefono. Il 93% delle case è collegato con una linea telefonica.

Nel giro degli ultimi quattro anni questo ha portato la stampa a buttarsi nell'avventura elettronica. Secondo i dati Kelsey Group (Princeton), del primo

semestre 1994 sono più di 2.700 i giornali degli Stati Uniti sopra le 30.000 copie di diffusione che accanto al foglio di carta stampato hanno messo in piedi un sistema elettronico di distribuzione dell'informazione. Erano solo 42 nel 1989. Si va dal semplice audiotex, un sistema computerizzato che attraverso il telefono fornisce al lettore in qualsiasi momento aggiornamento sui principali fatti del giorno, ma anche informazione diversificata, particolarizzata, a livello locale. Per passare all'invio via fax di notizie specifiche o selezionate (dall'andamento delle proprie azioni sul mercato, alle condizioni metereologiche presso la casa di campagna o ai risultati sportivi delle squadre di quartiere o di università). Per arrivare infine al vero e proprio "giornale elettronico", a cui si ha accesso attraverso il proprio computer (e modem), pagando un semplice abbonamento. Sono ormai una trentina i giornali americani che hanno già la propria edizione elettronica quotidiana, o che hanno annunciato di realizzarla nei prossimi mesi.

Il sistema funziona così. C'è il vecchio foglio di carta, limitato negli spazi, non-personalizzato, non aggiornabile ogni quarto d'ora, con solo testo scritto e privo di audio e di video. In più c'è tutta una serie di servizi elettronici e multimediali che danno accesso ad una moltitudine di informazione, aggiuntiva o diversa, che sul giornale magari non potrà mai andare (perché troppa, specializzata, particolarizzata, a carattere locale), o c'è già stata (in numeri passati, in articoli di anni prima), o è di natura diversa dal carattere scritto e stampato (suono, voce, musica, immagini in movimento). Con un piccolo costo aggiuntivo rispetto al normale abbonamento, il lettore ottiene il collegamento al centro elettronico del giornale. Ed ha sua disposizione un universo potenzialmente illimitato di informazione e di notizie. Con particolare riferimento al contesto in cui vive, lavora, sviluppa i suoi rapporti sociali ed economici.

Attraverso computer, quindi, in qualsiasi momento, secondo le richieste e gli interessi del lettore, è possibile avere accesso all'intera versione elettronica del giornale, alle collezioni passate fino a circa la metà degli anni Ottanta, ad articoli correlati, aggiuntivi, di approfondimento, mai pubblicati sul giornale stampato per mancanza di spazi o per specificità dell'argomento. Con contorno di testi originali, di fonti integrali su cui si sono basati gli articoli scritti, del meglio dei servizi sull'argomento apparsi su altri giornali. Il tutto con il vantaggio della ricerca elettronica, a seconda dell'argomento, dell'autore, dell'annata, della fonte. Arricchito dalla possibilità di interloquire, inviando messaggi elettronici, partecipando ai dibattiti via computer, ottenendo in tempo reale risposte e messaggi.

Tale nuovo approccio al lettore e all'inserzionista ha intaccato in profondità il tradizionale volto del giornale di carta. Per ora la distribuzione elettronica dell'informazione si è solo affiancata al vecchio quotidiano stampato, quasi a mo' di supplemento o di estensione. Ma la portata della rivoluzione sta già mostrando i suoi effetti.

Gli effetti della rivoluzione elettronica

Da Gutenberg in poi, dalle prime gazzette impresse a suon di colonne di piombo, la pubblicistica è ruotata tutta attorno al foglio di carta stampata, i cui tempi e modi hanno ritmato vita e abitudini di giornalisti e lettori. Ora il cuore dell'impresa editoriale non è più il foglio stampato. Lo specifico è la capacità di raccogliere, elaborare, verificare, sintetizzare, interpretare l'informazione di cui il lettore va in cerca. Se questa è la caratteristica del giornale, da cui dipende il radicamento nella comunità in cui vive, diventa secondario il modo in cui tale informazione viene distribuita. Non importa se su foglio di carta, attraverso telefono o per fax o computer. Tanto più che altri mezzi sono più flessibili e convenienti del foglio stampato. 1) Hanno il vantaggio della **tempestività**: sono continuamente aggiornabili. 2) Consentono l'**interattività**: il lettore è coinvolto e partecipa, ha più spazi di democrazia e di controllo sull'informazione. 3) Favoriscono la **multimedialità**: il pezzo è corredato da videoclip, da estratti sonori, da fotografie con angolature diverse. 4) Permettono la **personalizzazione**, la settorialità, la creazione di comunità di interesse oltre che di territorio: in America esiste già sul mercato il giornale personale, ritagliato secondo gli interessi del lettore, e magari stampato direttamente in casa, nelle sole parti che dopo lo sfoglio o la lettura elettronica si vogliono conservare.

La mutazione genetica in corso in America ha fatto saltare l'ultimo diaframma dell'era industriale presente nel processo editoriale: le rotative e i furgoncini della distribuzione. Gli editori si sono accorti che l'elettronica aveva fatto già da tempo il suo ingresso nelle redazioni dei giornali. Computerizzato era l'accesso, la lavorazione, l'impaginazione delle notizie. Poi il tutto veniva distrutto quotidianamente al momento della stampa. Consentendo l'accesso elettronico a tutta questa informazione già lavorata, gli editori si sono garantiti l'ingresso da protagonisti nell'"autostrada dell'informazione" prossima ventura, che collegherà il mondo in un'unica rete comunicativa.

Cambia il lavoro dei giornalisti

Intimoriti in un primo tempo dall'avvento della tecnologia, continuamente tormentati dall'assillo di venir scalzati dal giornale elettronico, i giornalisti americani stanno imparando a convivere e ad adattarsi alle trasformazioni in atto. Non producono più per il solo quotidiano stampato, ma il loro elaborato avrà destinazioni diverse. A San José in California i cronisti del Mercury accanto al taccuino hanno il registratore su cui incidono voci e suoni che completeranno il loro pezzo elettronico. A Chicago i giornalisti del Tribune, terminato il loro articolo, devono passare nella stanza accanto per la registrazione televisiva delle notizie che via cavo il giornale fornirà ai lettori. Ad Atlanta, il conti-

nuo inserimento di notizie e aggiornamenti nel sistema elettronico fa sì che i giornalisti dell'Atlanta Journal Constitution siano in continua produzione, prima con l'invio di brevi flash, poi dell'articolo e successivamente di ulteriori approfondimenti. Dappertutto, poi, nelle redazioni ci si è abituati alla presenza continua del lettore, che interviene, suggerisce, critica, chiede o protesta. Ogni articolo firmato, infatti, termina con il recapito elettronico attraverso cui i lettori possono comunicare con il giornalista. Infine in ogni giornale è spuntata la figura dei "sender", i giornalisti che curano l'edizione elettronica, che scelgono il materiale da inviare, che titolano, codificano, spediscono i documenti.

Cambia il rapporto con la comunità locale

Negli Stati Uniti in questi ultimi cinque anni non c'è stato soggetto operante nella comunicazione che abbia imboccato un processo di trasformazione e di investimenti come il mondo editoriale. Il vero salto culturale è avvenuto quando gli editori si sono resi conto che il loro punto di forza, di fronte alla concorrenza di Tv, telefoni e computer pronti per tuffarsi nell'autostrada dell'informazione, era la capacità di raccolta e lavorazione dell'informazione sul territorio. Hanno capito, cioè, che il nocciolo del loro mestiere non era la carta stampata, ma l'informazione, e che accanirsi su quelle pagine d'inchiostro, magari con ingenti investimenti in nuove rotative o accorgimenti grafici, rischiava d'essere solo un palliativo.

Ai primi posti tra le motivazioni che hanno spinto ad ingenti investimenti in tecnologie e sperimentazioni vi è la volontà di rafforzare il legame con la comunità locale, di riconfermare il proprio ruolo di centralità quale spazio di comunicazione e fonte informativa anche nell'era digitale.

Le possibilità che la tecnologia elettronica ha introdotto hanno moltiplicato gli spazi di comunicazione e di partecipazione del lettore. Non è solo un fatto di quantità, ma soprattutto di appartenenza locale. Vi è infatti, tutta una serie di notizie e di informazioni a carattere spicciolo, territoriale, comunitario che mai potrebbero raggiungere le colonne stampate del giornale: per impossibilità fisica di spazi, per ridotta importanza, per interesse settoriale. Si va dagli orari delle manifestazioni di quartiere al menù della mensa scolastica, dagli appuntamenti della piccola comunità ucraina ai corsi di ballo nel vicinato. Ma non solo informazione di servizio. L'accesso digitale consente la valorizzazione dei punti di vista personali, il dibattito su temi prettamente locali, l'intervento di gruppi di base, realtà marginali, posizioni particolari. Per esempio, le autorità hanno deciso l'ampliamento dell'aeroporto? L'articolo di sintesi del giornale rimanda all'estensione elettronica per conoscere ogni ulteriore posizione al riguardo. Così è possibile trovare integralmente il documento degli ambientalisti, la preoccupata protesta degli abitanti della zona, gli interventi di

cittadini qualunque che avanzano perplessità e interrogano il sindaco sulla effettiva necessità dell'opera. La metamorfosi del giornale americano sta rendendo possibile a ciascuno di far circolare informazione alternativa, non filtrata da giornalisti o editori. Certo, come specifica David Easterly, presidente della Cox Newspaper Inc. all'annuale congresso della stampa che nel 1994 si è tenuto a San Francisco, il giornale supervisiona che il linguaggio o gli argomenti non siano volgari o che non rasentino violazione del codice penale. Come stanno attenti anche a non veicolare messaggi di stampo razzista o discriminatorio. Ma per il resto la libertà di accesso è assoluta. "Anzi - afferma Pat Hazel, responsabile del settore per il San Diego Union-Tribune - noi contiamo che almeno il 25% dei contenuti di servizio o di interesse particolare siano creati e attivati quotidianamente dagli stessi lettori". Non è un caso che - come confermano gli analisti - gruppi quali i sostenitori di Ross Perot, i radicali libertari o i fondamentalisti della destra religiosa, che si considerano tagliati fuori dai normali canali di informazione, facciano largo uso dei servizi on-line e delle banche elettroniche per far circolare le loro idee.

L'avvento del giornale elettronico segna comunque un accresciuto ruolo del lettore nel processo di preparazione e distribuzione dell'informazione. Non solo per la maggiore possibilità di partecipazione (come indicate prima), ma anche di controllo. Il lettore dispone ora di più ampi e in parte più autonomi canali di comunicazione; interviene in redazione sul lavoro dei giornalisti con messaggi pubblici e posta elettronica ("ma il mestiere del giornalista è quello di fare inchieste o di interloquire con i lettori?", si stanno chiedendo nei loro dibattiti i giornalisti americani); verificano in prima persona le fonti del cronista. Dopo ogni conferenza-stampa, dibattito parlamentare, seduta giudiziaria, accanto all'articolo di cronaca appaiono i testi originali, che il lettore può confrontare e giudicare. Anche per il giornalista non è più il tempo di barare.

La febbre digitale ha ormai contagiato tutto il mondo editoriale americano. Dibattiti, congressi, articoli su riviste specializzate e settimanali popolari: l'argomento preferito resta sempre quello, il giornale elettronico e come sta cambiando la vita degli americani. Accanto ai molti sostenuti vantaggi, alcune domande però restano: chi controllerà il flusso elettronico dell'informazione? Chi (quali categorie sociali, per esempio) ne potrà avere accesso? Chi possederà l'informazione o ne sarà responsabile? E infine: quanto sarà protetta la nostra privacy? ■