

La rivoluzione di Twitter manda in affanno i media

Giornali e tv costretti a inseguire il microblogging

NEWYORK - Vai, col computer o col telefonino, su Twitter, la rete basata su micromessaggi (140 caratteri al massimo) che sta esplodendo negli Usa (un milione di utenti un anno fa, 17 oggi) e nel resto del mondo, e sprofondi nei più noiosi diari di vita quotidiani che si possano immaginare: gente che racconta «in diretta» a gruppi di amici, ai genitori o a fan (nel caso dei messaggi inviati da star dello spettacolo o dello sport) cosa sta facendo, cosa sta comprando al supermercato, a che ora andrà a prendere i figli a scuola. Ma quando il jet della US Air ammara sul fiume Hudson o quando c'è il terremoto a Los Angeles, la notizia arriva coi messaggi di Twitter molto prima che sugli schermi della CNN o sui terminali dell'Associated Press: un cambiamento che costringe i giornalisti a dotarsi di una nuova «cassetta degli attrezzi» per affrontare rivoluzioni tecnologiche che stanno cambiando il modo di fare informazione.

Poi arriva la rivolta in Iran e scopri che, con i corrispondenti stranieri messi alla porta dal regime degli ayatollah, Twitter diventa l'unico vero canale di informazione su quello che sta accadendo nel Paese: migliaia di ragazzi armati di cellulare che trasmettono brevi messaggi e immagini della sommossa e della repressione. E che con Twitter sfuggono alla censura del regime che può oscurare le tv e «militarizzare» i siti Internet, ma non riesce a bloccare la rete di micromessaggi che, per funzionare, non ha bisogno di un indirizzo di posta elettronica. Così il fotogramma della morte di Neda rimbalza su milioni di terminali di tutto il mondo, diventando l'immagine simbolo della rivolta.

Per l'informazione è un vero

cambio di paradigma: fare giornalismo diventa (anche) saper dominare le nuove tecnologie, aggirare i muri della censura, ma anche filtrare fonti la cui attendibilità è tutta da dimostrare, visto che, per evitare le «retate» della polizia elettronica, devono restare ignoti sia l'identità di chi fornisce la notizia sia il luogo dal quale parte il messaggio. Il cronista deve dotarsi di nuove antenne e di filtri per valutare il flusso di materiale prodotto dal cosiddetto «citizen journalism»: il volontariato dei cittadini che producono informazione.

La tecnologia diventa la chiave di tutto: i governi autoritari cercano di imbrigliarla. Pechino all'improvviso impone a Google di bloccare l'accesso dei suoi clienti cinesi ai siti stranieri e stabilisce che tutti i nuovi «personal computer» venduti nel Paese devono incorporare un «poliziotto elettronico»: formalmente un filtro antiporno, di fatto un disabilitatore dell'accesso a tutti i siti che trattano argomenti che hanno rilevanza politica. A Teheran il governo teocratico, che nei momenti di maggior tensione arriva a disattivare l'intera rete telefonica, investe massicciamente su sistemi di controllo di tutte le informazioni che circolano su Internet. Tecnologie fornite da gruppi industriali europei, soprattutto Siemens e Nokia. Una guerra fatta di filtri e controfiltri, perché per ogni lucchetto elettronico che viene serrato, i «geni» della rete si sforzano di trovare un modo per aggirare la censura.

La rapida evoluzione tecnologica spiazza i regimi autoritari, ma mette in affanno anche i canali informativi tradizionali: dopo secoli di carta e inchiostro, i giornali avevano appena cambiato rotta, ospitando anche «blog» sui loro siti, quando è esploso il fenomeno delle

reti sociali, Facebook in testa. Negli Usa giornali e tv hanno cominciato ad adattarsi a questa nuova realtà quando è esploso il fenomeno dei micromessaggi.

«Davanti a Twitter», sostiene Sree Sreenivasan, «guru» dei nuovi media e docente della scuola di giornalismo della

--

Columbia University, «Facebook diventa una roba da Diciannovesimo secolo». Il «microblogging» può improvvisamente trasformare gente che ha macinato per mesi e mesi solo messaggi banali, in reporter, fotografo, cameraman. Così anche il lancio, la settimana scorsa negli Usa, dell'iPhone di ultima generazione, diventa un momento rilevante della battaglia per la ridefinizione dei rapporti di forza nel nuovo «ecosistema» dell'informazione: un terminale capace di riprendere immagini molto dettagliate e di rendere la tv pienamente accessibile dal cellulare.

Tra le varie rivoluzioni attraversate dai media - crisi dei giornali di carta, crollo delle entrate pubblicitarie dei maggiori gruppi editoriali e fenomeni come YouTube che insidiano il mercato televisivo - quella dei «social network», unita alla diffusione dei telefonini «intelligenti», è sicuramente la novità che sta svolgendo in modo più radicale il mondo dei «media».

Mentre gli editori si chiedono come affrontare la trasformazione delle notizie in «commodity» che tende ad azzerarne il valore economico, i giornalisti sono sommersi dai decaloghi su come selezionare e usare le nuove fonti, evitando le trappole (brillanti reportage sul Dalai Lama su Twitter salvo scoprire, alcuni giorni dopo, che si trattava di un falso) e partecipano a corsi e campi estivi dedicati allo studio dei nuovi «media». Dove le novi-

tà, più o meno inquietanti, non finiscono mai: a chi gli chiedeva come sia possibile valutare l'attendibilità di un certo flusso di micromessaggi, qualche tempo fa il cofondatore di Twitter, Biz Stone, ha risposto che forse in futuro disporremo di un «algoritmo della credibilità», basato su un esame grafico dell'attendibilità delle notizie fornite da una certa fonte in un dato arco di tempo.

Massimo Gaggi