

# Internet o l'improvvisa comparsa del lettore: l'esperienza di Rue89

Pierre Haski<sup>1</sup>

Quando gli sviluppi di internet fecero sorgere ciò che venne definito il “web 2.0”, il concetto si diffuse a macchia d’olio senza che tutti sapessero di ciò che stessimo effettivamente parlando. *Libération*, il giornale presso cui lavoravo all’epoca, a metà degli anni 2000, si affrettò ad autoproclamarsi il “primo sito 2.0” in Francia solo perché consentiva ai propri lettori di pubblicare commenti in fondo agli articoli. In ogni modo, a tali commenti gli autori degli articoli non erano particolarmente interessati, in quanto i testi erano stati scritti per l’edizione cartacea e venivano pubblicati sul sito in automatico nel cuore della notte contemporaneamente alla stampa del giornale e alla sua distribuzione a centinaia di rivenditori in tutta la Francia.

Tuttavia, nel 2004, dopo oltre tre decenni da giornalista professionista, mi accadde qualcosa di abbastanza strano: scoprii il lettore. Ovviamente ero a conoscenza dell’esistenza di donne e uomini che acquistavano e leggevano il giornale presso il quale lavoravo, e regolarmente incontravo alcuni di loro. In ogni modo, nel 2004 aprii un blog sul sito di *Libération* in qualità di corrispondente da Pechino, dove ero stato trasferito quattro anni prima. Fu così che incontrai il corrispondente di Washington Pascal Riché, il quale era stato il primo ad aprire un blog, al tempo ancora una novità nel giornalismo. Prima di ciò nessun giornalista “degno di tale nome” lo aveva fatto: i blog erano i parchi giochi degli adolescenti, che scambiavano musica con i loro amici, o venivano aperti da “amatori”, vale a dire coloro che non possiedono un cartellino stampa.

Nel 2004 *Libération* decise di sperimentare questo nuovo genere, il blog giornalistico, sulla scia dell’esempio di molti pionieri americani. In poche settimane la mia vita da giornalista era completamente cambiata al punto che i miei colleghi parigini dovettero ricordarmi che scrivevo “anche” per il giornale “cartaceo” quotidiano, dato che il blog era per me diventata un’ossessione e divorava tutto il mio tempo e la mia forza. Quindi scoprii i miei lettori i quali, non paghi di leggere i miei giornali e basta, si prendevano

---

1 Co-fondatore di Rue89.

anche la libertà di esprimere le loro opinioni a riguardo o i loro argomenti. E non solo avevano un'opinione, ma spesso si trattava di un'opinione informata, creata sulla base delle fonti migliori, in quanto essi potevano esprimersi sul loro ambito di competenza, sui loro passatempi o su un accaduto al quale avevano assistito, a conferma di ciò che avevo sospettato: esistono sempre dei lettori che conoscono la materia più dell'autore di un articolo, specialmente nei media non specializzati.

Il secondo shock lo ebbi quando mi resi conto che i miei lettori non solo avevano un'opinione che potevano esprimere subito dopo la creazione di un post sul blog, ma essi facevano rapidamente sorgere dibattiti che furono ben più di un mero scambio tra autore e lettori, in quanto si estendevano a tutti i lettori, talvolta anche senza il coinvolgimento dell'autore, il quale da molto tempo era stato ignorato o si riteneva al di fuori del proprio spessore. Il fatto che un mero post su un blog potesse generare ulteriori contenuti informativi e/o un ampio dibattito su un argomento fu per me, un giornalista che era abituato a trasmettere il proprio messaggio senza veramente chiedersi cosa sarebbe successo poi o quali reazioni esso avrebbe scatenato, semplicemente sbalorditivo. Qualche ora dopo l'articolo originario era stato "arricchito" di nuove informazioni e punti di vista e aveva ricevuto nuova linfa, qualcosa di impensabile nell'edizione "cartacea" o nella prima versione di internet, non ancora definita "1.0".

Il terzo shock lo ebbi quando realizzai che un giornalista, meramente rispondendo alla domanda di un lettore o iniziando un dialogo con qualcuno su una determinata questione per arricchirne la conoscenza, o discutendo con qualcuno che contesti la propria analisi o interpretazione, infrange il ciclo del sospetto e addirittura della diffidenza nei confronti dei giornalisti nella nostra società. Per circa trent'anni in Francia un sondaggio annuale del quotidiano cattolico *La Croix* aveva dimostrato questo calo di fiducia tra i cittadini nei confronti del mestiere del giornalismo, considerato parte dell'élite dominante e non più il leggendario "quarto potere" (p.es. *The Washington Post* e Watergate) che difende la società dai potenti. In ogni modo, questa fiducia non è morta, a condizione che il giornalismo svolga effettivamente il proprio lavoro in modo indipendente o dimostrando di scendere dal predellino e impegnarsi nel confronto con i propri lettori. In ogni caso, questo è ciò che ho scoperto dal mio blog *My journal of China* e dalle mie esperienze seguenti.

Quando, nel 2006, *Libération*, il giornale per il quale avevo lavorato per un quarto di secolo, precipitò in una crisi nessuno immaginava che essa fosse LA crisi, la quale venne poi definita la "crisi della stampa". Nel 2007 e nel 2008, quando la stampa americana era stata fortemente colpita, le persone capirono che non si trattava di una depressione ciclica, bensì un cam-

bio epocale causato dall'espansione della tecnologia digitale e dai nuovi modi di ottenere informazioni e di leggere. A partire da quel momento il fenomeno che faticavamo a comprendere e ad analizzare, e al quale la stampa aveva risposto troppo lentamente, ha continuato ad accelerarsi, spazzando via tutto ciò che incontrava sul proprio cammino. Nonostante siano diffusi da solo pochi anni, gli *smartphone* stanno rimpiazzando i computer addirittura prima che i computer abbiano completamente sconfitto la carta, e i *social network*, nati a metà degli anni 2000, sono divenuti uno dei maggiori punti di ingresso del lettore nel modo delle notizie e dell'informazione. E non è ancora finita ...

Nel 2006 alcuni di noi a *Libération* erano convinti che la salvezza della nostra professione e della produzione dell'informazione passasse per internet. Arnaud Aubron, Laurent Mauriac, Pascal Riché ed io avevamo qualcosa in comune: avevamo accumulato esperienza nella gestione di un blog, nell'interagire con i nostri lettori e nell'espressione generalizzata di opinioni e idee, grazie alla tecnologia, la quale era irreversibile. La questione non fu più se il pubblico – i nostri lettori – si esprimessero, ma se lo facessero con noi giornalisti professionisti, nonostante noi o contro di noi.

In quel tempo la “guerra di trincea” si stava combattendo tra due gruppi opposti:

- da un lato i giornalisti professionisti che affermavano che il possesso di un cartellino stampa desse loro il monopolio della produzione dell'informazione e che negavano ai loro lettori il diritto di esprimersi attraverso i loro media;
- dall'altro lato i sostenitori del “giornalismo civico”, i quali consideravano che, siccome la tecnologia consente ad ognuno di esprimersi, non ci fosse più bisogno di intermediari non necessari, ovvero i giornalisti professionisti.

Sulla base della nostra esperienza di blogger sentivamo che entrambi si sbagliavano, sia il primo gruppo che disprezzava l'intrusione dei lettori a causa dello sviluppo tecnologico e la democratizzazione del servizio digitale, che il secondo gruppo che aveva deciso di ignorare le regole professionali ed etiche del giornalismo, le quali rimanevano valide *in toto* sul web per salvaguardare la diffusione dell'informazione di qualità, un prerequisito essenziale per qualsiasi società democratica.

Puntavamo sulla possibilità di far collaborare questi due mondi rivali, anziché opporli. Nacque quindi l'idea di lanciare un sito c.d. “partecipativo” i cui collaboratori fossero sia giornalisti che non giornalisti. Chiamammo l'idea “notizie con tre input” (giornalisti, esperti, utenti di internet); si trattava dell'idea fondativa di *Rue89*, lanciato il 6 maggio 2007, la prima

organizzazione mediatica “pure play” (non sostenuta da media cartacei, radiofonici o televisivi esistenti) in Francia. Venne poi ovviamente seguita da molti altri. Alcuni scomparirono dopo pochi anni a causa delle difficoltà nel trovare il modello commerciale adeguato in un nuovo ambiente, altri sopravvissero e si assicurarono un posto nel panorama mediatico francese, per esempio *Médiapart*, lanciato dall'ex direttore del consiglio editoriale di *Le Monde*, Edwy Plenel.

Nel 2007 il giornalismo partecipativo veniva ancora considerato un’eresia e alcuni dei nostri colleghi ci rimproverarono severamente di essere passati “dall’altro lato”, comportamento considerato un vero e proprio tradimento. Certamente, meno di dieci anni dopo, i contributi dei lettori sono ora diventanti la regola e sono accettati e diffusi: oggigiorno tutti i “vecchi media” dispongono di piattaforme blog, di spazi di partecipazione, di inviti ai lettori di “condividere la loro esperienza” e, ovviamente, uno spazio di commenti che è, come vedremo, diventato problematico.

Quando creammo *Rue89* stabilimmo una regola formulata nel nostro “manifesto” fondativo: mentre non facevamo alcuna distinzione tra gli articoli dei giornalisti e quelli dei non giornalisti, tutti i contributi sarebbero stati filtrati secondo le regole professionali: controllati, pubblicati secondo un ordine di priorità, valutati dal punto di vista deontologico. Dato il contesto dell’epoca, ci chiedemmo se i lettori avessero accettato questa decisione la quale lasciava, di nuovo, l’ultima parola al giornalismo. Accadde l’opposto, e il fatto che ci prendemmo l’impegno di pubblicare soltanto gli articoli controllati e validati secondo le nostre regole professionali, mantenendo comunque le finestre e le porte del sito aperte a tutti, venne visto come garanzia contro la vendita di dicerie, manipolazioni o, semplicemente, inesattezze.

La sfida consiste nel come creare spazi aperti in cui i cittadini siano interamente liberi di esprimersi, sia di commentare che di contribuire alla “produzione dell’informazione”, senza negare la qualità di tale informazione, in particolare la sua verificazione. Le piattaforme di auto-pubblicazione esistenti anche prima della conversione dei vecchi media persero le loro anime a causa della mancanza di controlli, la quale consentì l’espressione di tutte le idee più strane. Nel nome della libertà assoluta esse diedero adito a coloro che nei fatti non rispettano la libertà altrui, scoraggiando i collaboratori rispettabili che temevano di essere associati a vicini così scandalosi.

Il nostro approccio era diverso: si basava sull’idea che nel caos creativo dei internet, dove il meglio e il peggio coesistevano, i lettori/cittadini avevano bisogno di spazi su cui fare affidamento. Così come i lettori una volta sapevano come localizzare, a prima vista, nell’abbondanza di offerte di

un'edicola, i giornali su cui facevano affidamento e nei quali potevano aspettarsi di trovare notizie di qualità che li aiutavano ad emettere un giudizio, essi dovevano essere in grado di fare lo stesso sul web. Ciò è chiaro a partire dal numero dei messaggi che abbiamo ricevuto nel corso degli anni da parte di lettori che ci chiedevano di validare un dato articolo che avevano letto “da qualche parte”, un segno della fiducia che riponevano in noi. Si arrivò al punto che sviluppammo un metodo *ad hoc*: se ricevevamo molti messaggi con diverse formulazioni, e di conseguenza non orchestrati, in cui ci veniva chiesto di valutare un articolo, lo facevamo essendo sicuri di affrontare una problematica reale non trattata dai vecchi media.

Qualche mese prima delle elezioni presidenziali del 2012 in Francia ricevemmo svariate richieste di verifica di un documento che era estensivamente circolato su Facebook e che affermava che, con una tabella *excel* a supporto della tesi, che le persone vivevano meglio in Francia dipendendo dai benefit statali anziché lavorando. Uno dei nostri reporter controllò il tutto coadiuvato dai migliori esperti e giunse alla conclusione opposta, supportando la propria argomentazione altresì con una tabella *excel* e con collegamenti alle fonti. Questo “antidoto” a una tale informazione che riempiva l’agenda politica populista venne condiviso centinaia di migliaia di volte sul Facebook, lo stesso luogo in cui il “veleno” si era diffuso in origine.

Il giornalismo partecipativo può assumere varie forme: un sindacalista che lavorava per le ferrovie statali francesi (SNCF) ha creato un *blog* temporaneo durante uno sciopero per dialogare con il pubblico e spiegare le proprie ragioni. Più recentemente, un autista della UberPop taxi app (conosciuta anche come UBER), che il governo francese tentò di vietare, non solo postò un articolo in cui spiegava il motivo per il quale si riteneva titolato a esistere, ma si mostrò altresì disponibile a rispondere ai numerosi e talvolta ostili commenti. Un altro esempio è dato dai cittadini francesi che pubblicano i loro redditi e le loro abitudini di spesa sotto il titolo “Il tuo portafoglio sotto i raggi X”, una serie di articoli molto popolare in questi tempi di difficoltà economica in cui le persone cercano di paragonarsi ad altri, cercando di trovare soluzioni o chiedendosi se hanno fatto le scelte giuste.

In ogni modo, la partecipazione può anche prendere la forma dei commenti. Come già accennato, tale fu il primo modo in cui il “web 2.0” arrivò al forum aperto. Nel corso degli anni, gli spazi per i commenti sono diventati veri e propri campi di battaglia. Le persone usano tali spazi per confrontarsi a vicenda, quantomeno sulle tematiche più sensibili del nostro tempo, quali l’immigrazione o la religione, o i conflitti più aspri, come quello in Medio Oriente e in Ucraina, e certe decisioni politiche con-

troverse. Quello che ammontava a un tentativo di creare un'*agorà* moderna, uno spazio di dibattito democratico, è stato silurato da gruppi di pressione, minoranze attive o semplici individui che esprimono la loro aggressività.

Su alcuni siti i commenti vengono disattivati quando il dibattito diventa troppo “incandescente”, per esempio quando si confrontano i palestinesi e gli israeliani, causando reazioni passionate a migliaia di chilometri di distanza dalla Stretta di Gaza. Su Rue89 non abbiamo mai disattivato i commenti in quanto la discussione ricopre un ruolo centrale nella nostra formula editoriale e sarebbe quindi paradossale – e deprimente – ritenere che alcune tematiche sono diventate impossibili da discutere. Senonché, ogni dibattito dev’essere ben controllato. Durante la prima guerra di Gaza dopo la creazione del sito, nel 2008–2009, decidemmo di chiudere decine di account dopo tre giorni di “combattimenti” sul sito in cui gli autori si erano lasciati andare postando insulti o rimproveri inaccettabili e pubblicammo un post di avviso affermando che non avremmo più accettato questo tipo di cattiva condotta. Informammo i nostri lettori che i punti di vista conflittuali sarebbero ancora stati possibili a condizione del reciproco rispetto. Questo “deterrente” dei commenti si rivelò efficace, e per il resto della guerra le nostre discussioni furono più rispettose.

Come la maggior parte dei siti, sviluppammo un regolamento per i commenti, il quale si applica a tutti. Inoltre, abbiamo sviluppato strumenti che ci consentono di rinforzarlo. In particolare, sotto ogni commento vi è un tasto di “notifica” il quale permette ad ogni utente registrato alla piattaforma di avvisarci quando un commento viola il regolamento, consentendoci di rimuoverlo e di, se necessario, inviare un cartellino giallo (ammirazione) o un cartellino rosso (blocco dell’account) al suo autore, a seconda del grado di gravità. Alcuni lettori usano il sistema in maniera impropria e segnalano un commento solo perché si trovano in disaccordo con il suo autore o perché vogliono danneggiarlo (alcuni membri della comunità di internet possono serbare rancore per molto tempo...).

La gestione dei conflitti che sorgono negli spazi per i commenti è resa ancor più difficile dagli attacchi organizzati. Grazie ai nostri strumenti di gestione del sito siamo in grado di vedere, per esempio, che abbiamo una massiccia presenza di link verso una piattaforma nota per le proprie posizioni razziste e xenofobiche. E quando questi link compaiono, in soli pochi minuti prosperano commenti disgustosi finalizzati a “rovinare” il dibattito.

Quasi ogni anno dobbiamo cambiare il nostro meccanismo di commenti per prevenire un sovraccarico del sistema. In ogni modo, riteniamo importante mantenere questo spazio di libertà, una libertà che finisce, come

dovrebbe, laddove inizia la libertà altrui. Il dibattito può essere vivace o controverso, ma non può diventare ingiurioso e, addirittura peggio, traumatizzante. Al contempo, gli spazi per i commenti sono meramente uno specchio della difficoltà di discutere determinati argomenti nella nostra società polarizzata, un altro motivo per non chiudere questa porta, che sarebbe un brutto segnale.

Dopo otto anni di sperimentazione e di alti e bassi riteniamo possibile trarre alcune conclusioni in merito alla “partecipazione” pubblica in una piattaforma gestita da un piccolo gruppo di giornalisti professionisti.

1. Non tutti vogliono diventare giornalisti, ma (quasi) tutti vogliono, e talvolta sentono il bisogno di, esprimersi: testimoniare, difendere un’idea, condividere un’analisi, un pensiero, parlare delle proprie passioni, delle proprie ossessioni, condividere con gli altri. Bisogna imparare ad accettare queste storie bizzarre che talvolta si discostano molto dal modello tradizionale del giornalismo, ma che hanno valore e che sono sicuramente informative.
2. La necessità di “supervisionare” i contributi è innegabile se l’intenzione è quella di fornire ai lettori un’informazione verificata e validata. In ogni modo, tale “supervisione” deve avvenire secondo regole conosciute e comprese da tutti, trasparenti e meno arbitrarie possibili. Questo è il prezzo da pagare se si vuole generare fiducia e ottenere comprensione e accettazione della decisione di pubblicare o no un testo, o l’avanti e indietro con i lettori per migliorare un testo.
3. La fiducia è un bene di valore che può essere persa con la minima mossa falsa. A differenza del passato, nei vecchi media, la continua discussione con i propri lettori è assolutamente necessaria. Se si fa un errore, bisogna ammetterlo e assumersene la responsabilità. Se un articolo, una foto o un video scandalizzano alcuni lettori, va spiegato, discusso e, di nuovo, bisogna assumersene la responsabilità. Se un’inserzione pubblicitaria sconvolge alcuni lettori (a noi accadde con una pubblicità a favore dell’energia nucleare ...), di nuovo è necessario assumersi la responsabilità delle proprie scelte senza attendere che la “tempesta” passi.

L’irruzione del lettore nella produzione dell’informazione irrita fortemente alcuni giornalisti, abituati alla comodità di non dover rendersi responsabili dei propri contributi. Quel tempo è passato.

La nuova era è scomoda, ricca di sfide, preoccupante e talvolta anche estenuante, ma è anche emozionante e appagante quando si trasforma qualcosa che all’inizio potrebbe sembrare una costrizione in un punto di forza. Per fare ciò i giornalisti devono imparare ad essere umili e coloro i

quali sono abituati all'esercizio tradizionale della professione non sono esattamente preparati a ciò.

In ogni modo, sono fortemente convinto che il giornalismo nell'era digitale debba adattarsi a tale nuovo ambiente: i giornalisti devono imparare a mantenere i propri valori e la propria professionalità accettando, allo stesso tempo, che i lettori non sono più contenuti passivi. Si tratta del prezzo da pagare per la produzione di un'informazione di qualità, essenziale per una società democratica e per i giornalisti affinché riottengano l'indispensabile fiducia dei loro lettori. Non si tratta di un'impresa facile, dato il complesso ambiente economico, sociale e politico in Europa, ma senz'altro di uno sforzo necessario.