

# La crisi del giornalismo

Il 17 luglio 2020 abbiamo avuto la straordinaria opportunità di riunire un buon gruppo di giornalisti di entrambe le sponde dell'Atlantico per discutere online della crisi del giornalismo in un momento di cambiamento. Si è trattato di un incontro professionale coordinato e organizzato dall'Osservatorio della Comunicazione Mediatrends America - Europa, un Osservatorio indipendente che studia le tendenze dell'informazione internazionale.

Mediatrends nasce grazie all'iniziativa di alcuni giornalisti, analisti ed esperti, con l'obiettivo di individuare e diffondere le tendenze più significative nel mondo dei media, confrontandosi con le diverse culture giornalistiche e promuovendo la collaborazione e la sinergia tra giornalisti in Europa e in America.

Abbiamo potuto ascoltare i preziosi contributi di Cristian Pizarro, El Mercurio (Cile); Gonzalo Peltzer, El Territorio (Argentina); Pablo Ordaz, El País (Spagna); Isabel Uribe, Canal de Televisión del Congreso Mexicano (Messico); Diana Seminario, editorialista di El Comercio (Perù) e Juan Manuel Ruiz, Radio RCN (Colombia). Roberto Montoya ha svolto il ruolo di moderatore,

Apprezziamo sinceramente la disponibilità di tutti loro e le loro preziose analisi.

**Cristian Pizarro Allard, El Mercurio (Cile)**

## **Il giornalismo è in crisi?**

La prima cosa che vorrei sottolineare è che non credo che il "giornalismo" sia in crisi. Sarebbe come dire che la "storia" sta attraversando una crisi. Pertanto, affronterò la questione indicando che è la "Stampa" ad essere in difficoltà. Per analizzare la questione, è poi essenziale capire che "la stampa" ha tre dimensioni, ognuna con le sue complessità, per di più inseparabili in qualche misura l'una dall'altra, e dalle quali ci accostiamo a questo tema: (dal Cile)

a) aziende. Individui ma non aziende. Spiegate mi il perché. A scopo di lucro.

Per quanto riguarda la prima dimensione... (azienda), è qui che si vivono le maggiori difficoltà e anche un certo "paradosso", che vi spiegherò.

La pandemia ha fatto cadere l'allarme in modo significativo. Le aziende stanno attraversando delle difficoltà e smettono di lanciare prodotti, di fare campagne, di fare promozioni, con alcune eccezioni. Non dispongo di dati relativi al settore, ma in molti casi stimo un calo di circa il 60-70%. Pensate che questo era già un male dopo gli eventi dell'ottobre 2019. Siamo stati presi molto male. Inoltre, l'industria stava attraversando un processo di trasformazione strutturale molto importante. La migrazione al digitale è stata più difficile del previsto.

E dov'è il paradosso?

Gli indicatori di lettori e di pubblico sono ai massimi livelli degli ultimi tempi. La gente ha più tempo e "consuma più media tradizionali".

Questo ci rende parzialmente ottimisti. Come sottolinea il professor Ramón Salaverria, Univ de Navarra, "i media non guadagnano nulla dall'aver pubblicità se non hanno un pubblico da informare, educare e intrattenere". Ecco la chiave del recupero. L'importante è che ci siamo ritrovati ancora una volta con un pubblico che per vari motivi era stato sfuggente negli ultimi tempi.

Quest'ultimo mi permette di spostarmi nell'altra dimensione.

b) media. Linea editoriale, questo è un modo di "osservare" la realtà.

- Squadre di giornalisti.

Sono stati ridotti. Molte persone se ne sono andate. Gli stipendi sono stati ridotti. Il che mette a dura prova il lavoro. Degrada la mistica e genera incertezza ("quando è il mio turno").

- Lavoro a distanza.

È stato necessario adattare il modo di lavorare. Il giornalismo è essenzialmente un'attività di squadra. Confronto opinioni e punti di vista. Sta peggiorando. Oggi El Mercurio è completamente vuoto. Tutti i giornalisti dalle loro case. Errori ed

esaurimento sono in aumento. Problemi di concentrazione. Inoltre, tutte le relazioni e le interviste vengono effettuate a distanza. "È possibile, ma è difficile".

- Linee guida "condizionate".

Eventi di questa portata colorano il "modello" (elenco degli argomenti di interesse da affrontare) in modo molto significativo. Tutto è Covid-19. Nient'altro sembra avere importanza. Tutte le sezioni seguono lo stesso grande argomento. Questo è un problema enorme perché significa che i media perdono qualcosa di essenziale, che è la diversità. Questo crea una tensione tra i giornalisti. Quanto di Coronavirus e quanto di altri argomenti dovrebbero essere pubblicati? Questa è la grande domanda. Il grande trauma del giornalismo è la "Perdita di gioco".

c) istituzioni. Riferimenti. El Mercurio/ La Nación/ NYT, ecc.

Le due dimensioni precedenti - azienda e media - sono possedute da tutti i giornali. Tuttavia, ci sono alcuni che, per la loro traiettoria e la loro influenza, possiamo anche qualificarci come istituzioni o referenze. È il caso di El Mercurio (1827/1900). Ce ne sono anche altri. La Nación di Buenos Aires, El Comercio di Lima, El Tiempo di Bogotá, New York Times e il Times di Londra. Non sto dicendo che sono tutti uguali, ma sto dicendo che hanno tutti questo carattere "istituzionale" che ho menzionato e che li rende particolari.

In che misura questa dimensione - quella istituzionale - è influenzata da una crisi come quella che stiamo attraversando?

Il punto può essere sottile, ma è di grande importanza. I giornali che hanno questa condizione sono doppiamente richiesti. Devono svolgere il loro ruolo di informazione su quanto sta accadendo, ma allo stesso tempo, "proteggere", con molto più zelo di altri, questo dovere di essere un riferimento davanti ai cittadini. Ciò implica una particolare attenzione nel trattamento delle informazioni pubblicate (non per diffondere la paura e la rabbia nella popolazione, così come, per controllare e ricontrollare ciò che viene pubblicato). In momenti come questi, sappiamo già che ci sono molte notizie false o falsificazioni, come dicono gli spagnoli. Abbiamo una sezione appositamente diretta a questo scopo: il Poligrafo, così come altri media di riferimento, ne hanno anche una sezione.

Secondo me è questo che fa la differenza. Ciò che costruisce la credibilità e la fiducia dei lettori e ciò che ha fatto abbandonare a molti la RRSS, si spera per sempre almeno come mezzo di informazione (può essere un media) e rivalutare i media tradizionali (i giornali). Questi ultimi si assumono sempre la responsabilità di ciò che pubblicano e sappiamo già che le reti non lo fanno, anche se dicono il contrario. I media filtrano e gerarchizzano e il lettore ne è grato in tempi di "saturazione dell'informazione".

Insisto sul fatto che ciò che sembra ovvio non è sempre così. Ci sono molti media, stampa, che si lasciano trascinare dalle reti e seguono il loro ritmo. Si lasciano "picchiare" da loro. Qui noi giornalisti non siamo "innocenti". Anche noi cadiamo nel gioco. Un buon redattore deve saper tenere le sue squadre lontane da questo "contagio". Il contrario finisce per essere davvero molto pernicioso.

Idee finali: tre punti.

1. Sono ottimista per il futuro. Tutto questo accadrà e ne usciremo diversi ma migliori. E anche i giornali. È da molto tempo che schiviamo la sfida della trasformazione. Abbiamo rimandato l'inizio. Probabilmente non ci sarà un'altra opportunità e dobbiamo approfittarne.

2. Il giornalismo di qualità prenderà ancora una volta il posto che gli spetta. Le reti saranno i principali perdenti in questa crisi.

3. Penso di potervi lasciare con qualcosa su cui riflettere...

Noi giornalisti siamo stati costretti ad abbandonare le "vecchie strade" e la verità è che tutti noi beneficiamo di un po' più di fatica e di sacrificio. Diciamo meglio, più "allenamento". Essere più creativi, adattivi e, forse, più importanti, vedere da vicino il volto del dolore, della povertà, della malattia, in generale la condizione umana nelle sue diverse sfaccettature. L'imperativo che si pone qui è l'obbligo di essere empatico verso queste realtà e questi dolori.

In questo modo, non dimentichiamo mai che il giornalismo non è una semplice storia della realtà, ma piuttosto un'attività che può fare molto per avere un mondo migliore in cui vivere.

## Pablo Ordaz, El País (Spagna)

Prima di tutto vorrei dire che mi sento molto onorato di essere stato invitato a questo incontro di colleghi per uno scambio di idee sulla crisi - o presunta crisi - del giornalismo. Ma allo stesso tempo mi sembra che non abbiamo molto tempo per parlare della crisi del giornalismo quando sono tutti in crisi. C'è una crisi sanitaria globale che sta già causando una brutale crisi economica che finirà dove tutte le crisi finiscono: colpendo i più fragili, aumentando ancora di più le disuguaglianze. Quindi, se ci atteniamo alla vecchia definizione di giornalista - quello che si imbatte in un incendio o in un terremoto mentre le persone normali scappano via - non avremo altra scelta che dimenticare i nostri problemi e andare a raccontare il meglio possibile quello che sta succedendo. Ma non voglio sminuire il motivo dell'incontro, e mi pongo anche la domanda: come affrontare la crisi del giornalismo in un momento di cambiamento d'epoca?

Sicuramente nessuno di noi ha la formula, ma credo che, anche se sembra ovvio, la crisi del giornalismo debba essere risolta con il giornalismo, con il buon giornalismo, approfittando, e qui passiamo al secondo numero, che il cambiamento dell'era sta già causando ai cittadini lo sconcerto del cambiamento dell'era. Cosa sta succedendo? Cosa può succedere? I nostri lettori avranno bisogno più che mai di buon giornalismo, di dati affidabili, di opinioni serie, oneste, etiche, per sapere come funzionare in un mondo nuovo.

Credo che ci troviamo in un momento emozionante, decisivo, in cui dovremo smettere di guardare i nostri ombelichi, di lamentarci della crisi del giornalismo, di avere paura di essere sepolti dai social network e di dedicarci senza scuse ai nostri. I cittadini vogliono sapere, vogliono che raccontiamo loro delle storie, che li aiutiamo a separare il grano dalla pula, i dati reali dal falso. E per questo dobbiamo essere nuovamente consapevoli della grandezza del nostro mestiere. Mi sembra che siamo stati troppo spaventati dalla spinta dei *social network*, dal rumore di Twitter, dalle chiacchiere di Facebook, dallo specchio di Instagram Biancaneve. Credo che abbiamo perso l'iniziativa troppo a lungo. Ci chiedevamo nelle redazioni: cosa dicono i network? Qual è la tendenza... Ah, contiamolo. Perché questo funziona, perché questo dà al pubblico...

Era logico che accadesse, ed è un bene perché quei social network ben utilizzati possono avere la loro funzione e possono servirci come un ulteriore strumento. Ma il giornalismo è un'altra cosa. E sicuramente riusciremo a uscire dalla crisi del giornalismo solo facendo il giornalismo che volevamo fare quando sognavamo di essere giornalisti. Cioè: andare sui siti, leggere molto e studiare, osservare, cercare di capire cosa succede intervistando chi ha cose da raccontare, scriverle bene, raccontarle bene, offrire al lettore - o all'ascoltatore, o allo spettatore - le certezze che possiamo trovare e anche avvertirlo dei nostri dubbi, dei pericoli delle zone d'ombra.

E qualcuno dirà: sì, ma è costoso. Ed è vero, è molto costoso. Nel tempo, nella dedizione, nella formazione, anche nei mezzi. Ma credo che sia l'unica via d'uscita. Nel mio giornale ci stiamo imbarcando nell'avventura di rendere il lettore consapevole proprio di questo, che il giornalismo è costoso, non è gratuito. Non è economico avere una rete di corrispondenti, di giornalisti specializzati, di buoni narratori... Ma ne vale la pena.

In altre questioni della vita, tutti noi sospettiamo il troppo economico, per non dire il libero. E invece è stata istituita la convenzione che l'informazione è libera, in gran parte perché l'opinione è confusa con l'informazione - e la colpa di questo è soprattutto dei media e di noi stessi. L'opinione è molto economica. Tutti noi abbiamo in mano il nostro e un telefono che ci permette di distribuirlo gratuitamente. Inoltre, più è stravagante, più avrà successo in quei forum.

Ecco la nostra sfida, l'ennesima: aiutare il nostro pubblico, per quanto sconcertato o più di noi, dal diluvio di informazioni contrastanti di opinioni che lo colpiscono ogni giorno, a differenziare ciò che è una cosa e ciò che è un'altra, e per questo non c'è altra soluzione se non quella di tornare all'inizio. Credere nel mestiere, nell'illusione che ci ha portato qui, senza scorciatoie né arabeschi. Se il giornalismo è in crisi, sono cattive notizie. La buona notizia è che l'unica via d'uscita è il buon giornalismo.

## **Gonzalo Peltzer, El Territorio (Argentina)**

Il futuro è incerto e lo sapremo nell'anno della pandemia di coronavirus. Ma il futuro dei media è una cosa e il futuro del giornalismo è un'altra. E porre il futuro dei media è inutile quanto chiedere il futuro del cucchiaino.

Il giornalismo sarà sostenuto da quanto i lettori pagano per il giornalismo. Ci stiamo muovendo verso un modello che paga per quello che consuma. Ma sappiate che stiamo ancora sfruttando il modello di abbonamento: anche su Internet e persino al New York Times paghiamo ancora per molte informazioni che non usiamo.

Il modello pubblicitario che ha sostenuto l'industria negli ultimi 100 anni ha reso ricchi i suoi imprenditori, ma ha anche compromesso la loro indipendenza. Il cambiamento di modello ha due conseguenze: non saremo più ricchi, ma saremo indipendenti.

Quelli che moriranno non sono i giornali (che possono morire comunque). Le aziende di giornali che non sono in grado di fornire un giornalismo di qualità moriranno, perché se c'è qualcosa di costoso non paga nulla.

Il giornalismo non è contenuto e non è informazione. Non è riempire le lattine con il concentrato di pomodoro. L'idea dell'industria dei contenuti ammette sia la spazzatura che la verità, e i manager preferiranno sempre contenuti a basso costo al prezzo più basso possibile. Ma questo non è giornalismo. Il giornalismo è una ricerca della verità urgente che cambia la realtà. Lo migliora. Per questo abbiamo bisogno di un'idea strabiliante piuttosto che di una produzione. È imperativo avere talento in redazione. Dobbiamo risparmiare su altre cose, ma mai sul talento.

Negli ultimi anni, quando si è cercato di convincersi di essere in un'industria dei contenuti, le università hanno abbandonato le loro scuole di giornalismo per inventare le facoltà, prima di scienze dell'informazione e poi di comunicazione, e si sono dedicate allo studio di un fenomeno sociale che non ha nulla a che vedere con la professione di chi cerca la verità urgente e necessaria per la società.

Dovrebbero tornare all'idea delle vecchie scuole di giornalismo, che forse dovrebbero essere ricreate nelle facoltà di lettere piuttosto che in quelle di comunicazione. E non devono abbandonare la prerogativa di formare giornalisti, ai quali si deve insegnare ad amare la verità, a parlare, a leggere e a scrivere.

**Diana Seminario, editorialista di El Comercio (Perù)**

## **Crisi della verità e relativismo**

Si parla molto della crisi del giornalismo. Quando è uscita la radio, si è detto che i giornali sarebbero scomparsi. Poi è uscita la televisione e si è detto che la televisione avrebbe spostato la radio. Finalmente internet. Con internet è arrivata la minaccia della scomparsa dei giornali stampati. La verità è che sono ancora tutti in vigore. Oserei dire che la crisi del giornalismo è una crisi strutturale e profonda e, contro ogni previsione, non ha nulla a che vedere con nuovi pubblici o nuove piattaforme. La crisi del giornalismo è una crisi della verità.

Ce lo ha già detto il Papa emerito Benedetto XVI nell'omelia del 18 aprile 2005, durante la messa prima del conclave che lo eleggerà Papa.

Diceva: "Si sta instaurando una dittatura del relativismo che non riconosce nulla come definitivo e che lascia come ultima risorsa solo me e i miei capricci.

In questi due concetti: verità e relativismo, possiamo inquadrare la nostra analisi della crisi del giornalismo.

Purtroppo, la tendenza attuale è che la "verità" viene assunta secondo il punto di vista del giornalista, e la cosa peggiore è che si cerca persino di mascherare l'opinione con l'abito dell'informazione.

Quando ci riferiamo al "punto di vista del giornalista", ci riferiamo al fatto che molte volte anche il direttore ha un'idea presunta su un certo argomento e cerca "fatti" e "dichiarazioni" che convalidino ciò che già percepisce come vero

Esempio. Giornalisti che, senza arrossire, sostengono che non esiste la verità, ma piuttosto l'apparenza, le storie. In altre parole, una verità alla carta?

Attivismo - giornalismo? O la legge del "politicamente corretto"?

Un altro fattore che contribuisce alla crisi del giornalismo è quello che io chiamo giornalismo - attivismo. Bisogna essere a favore di una tale causa per portarmi alla verità? L'attivismo mascherato da giornalismo sta diventando ogni giorno più comune.

L'unica causa che un giornalista deve difendere è quella della verità.

Abbiamo appreso delle dimissioni di Bari Weiss, un opinion editor arrivato al NYT tre anni fa con James Bennet dopo una lunga carriera al Wall Street Journal. Il suo obiettivo era quello di ampliare lo spettro di opinioni su ciò che viene pubblicato sul NYT. Nella sua lettera di dimissioni dice che se n'è andata in preda alla frustrazione perché quel compito era impossibile da portare a termine. E si rammarica che "Twitter è diventato l'ultimo editore" del Times.



Ma Weiss ha scritto: "Invece, è emerso un nuovo consenso sulla stampa, ma forse soprattutto in questo giornale, che la verità non è un processo di scoperta collettiva, ma un'ortodossia già nota a pochi illuminati il cui compito è quello di informare tutti gli altri.

"Mi è sempre stato insegnato che i giornalisti sono stati incaricati di scrivere la prima bozza della storia. Ora, la storia in sé è una cosa più effimera, modellata per adattarsi alle esigenze di una narrazione predeterminata", dice Weiss.

Il problema economico

L'intera industria sta attraversando una terribile crisi economica perché ha sostanzialmente perso la sua essenza. Tuttavia, quella stessa industria - che non ammette errori precedenti - incolpa la pandemia del Coronavirus per la sua situazione economica. La verità è che la guerra covata ha trovato una stampa disarmata. Si potrebbe dire che è venuto a mettere la lapide sulla tomba.

Le chiavi per superare la crisi

Essere ingegnosi, professionali, adattarsi alle nuove tecnologie. È vero che ora chiunque prende un telefono e pensa di essere già giornalista. Ecco perché ciò che fa di un giornalista è sempre tornare alla verità. Le mode, la tecnologia passa. Ma l'essenza rimane.

Ricordo l'ascesa del nuovo giornalismo, l'ondata del giornalismo letterario. E la chiave era la stessa: la verità. Si può scrivere benissimo, ma se non si dice la verità, è inutile

Ritorno alle origini e all'essenza. Verità, verità.

**Isabel Uribe Aguilar, Canal de Televisión del Congreso Mexicano (Messico)**

## **Messico, dall'omicidio di giornalisti alla stampa killer**

In un Paese come il Messico, abituato a vivere in crisi permanente, il giornalismo non fa eccezione: più di 150 giornalisti assassinati in due decenni collocano questa nazione latinoamericana come una delle più pericolose per l'esercizio dell'informazione, una situazione paragonata solo a quanto accade in nazioni come la Siria o l'Afghanistan.

La violenza dei gruppi criminali, le minacce dei funzionari pubblici, la mancanza di risultati nelle indagini, ma soprattutto l'impunità che regna nel Paese latinoamericano, mettono i giornalisti messicani in una spirale che ogni giorno ha un odore di morte puzzolente.

In mezzo a questa dinamica, c'è un presente meno incoraggiante, e oltre alla violenza, c'è un altro elemento preoccupante: la criminalizzazione discorsiva del giornalismo, che viene promossa quasi ogni giorno dal capo dello Stato e dai suoi sostenitori. Il risultato, le molestie nei social network e persino le minacce di morte. Oggi le critiche al potere da parte del giornalismo sono inquietanti. Succede negli Stati Uniti, in Brasile, in Paesi con governi populistici, succede in Messico.

**Juan Manuel Ruiz, Radio RCN (Colombia)**

## **La crisi dei media**

La crisi dei media, ma non del giornalismo, sembra avere espressioni simili in tutto il mondo e la Colombia non fa eccezione.

Tre fattori, tra i tanti, possono essere evidenziati per definire questo momento specifico. Da un lato, il contesto politico derivato dalla violenza scatenatasi dopo l'assassinio di Jorge Eliécer Gaitán nel 1948, che ha portato il paese a una polarizzazione politica che ha colorato la stampa fino ad oggi.

Dall'altro lato, la situazione economica e sociale, in cui molte persone non hanno un reddito per le necessità di base e non hanno abbastanza soldi per investire in media a pagamento che potrebbero rendere molti media sostenibili a lungo termine.

E, in terzo luogo, l'emergere dei social network è uno dei fattori che ha fatto sì che i media non siano stati in grado di trovare il focus per scoprire quale sia il loro nuovo pubblico e come dovrebbero farlo.

Come si vede, la sfida è enorme per il giornalismo e i giornalisti, ma non significa la fine della professione. È un cambiamento che sta avvenendo e al quale dobbiamo adattarci.