

Comment

SCIENCE JOURNALISM AND DIGITAL STORYTELLING

The post-journalist's toolbox – Trends in digital storytelling*

Nicola Bruno

ABSTRACT: A partire dalle storie raccolte nel saggio “La Scimmia che Vinse il Pulitzer. Personaggi, avventure e (buone) notizie dal futuro dell’informazione”,¹ vengono qui delineate le principali tendenze dell’attuale scenario informativo digitale. Al di là della tanta temuta crisi dell’informazione, stiamo in realtà assistendo ad un fiorire di iniziative e progetti che provano a tenere in vita (pur tra mille contraddizioni di ordine economico) i valori del giornalismo del secolo scorso. Il giornalista - anche scientifico - interessato a comunicare in maniera innovativa può fare affidamento su una serie di strumenti che, dalle timeline al live coverage, passando per il fact-checking, cambiano il rapporto tra reporter e lettore.

“La notizia della mia morte è stata ampiamente esagerata”, ironizzò Mark Twain a proposito delle premature voci sulla sua scomparsa. Lo stesso si potrebbe dire oggi del giornalismo, spesso dato per morto di fronte all'avanzata di Internet.

Ma davvero la rivoluzione digitale mette a repentaglio il futuro dell'informazione? Ory Okolloh, giovane avvocatessa keniana, non sarebbe d'accordo. Fa parte di quella generazione di africani che vede nel web una possibilità di riscatto per il suo continente. Ushahidi, la piattaforma per testimonianze dal basso da lei creata per documentare gli scontri seguiti alle elezioni del 2008 in Kenya, è ora utilizzata da migliaia di individui e istituzioni nel mondo, oltre che dall'Onu che di recente l'ha adottata come strumento per coordinare gli interventi ad Haiti.

Da Nairobi a Sidney il giornalismo investigativo è più vivo che mai anche grazie all'australiano Julian Assange, hacker giramondo, convinto che lo spirito di Wikipedia possa contribuire a smascherare gli inganni del potere. In questi anni Wikileaks ha pubblicato decine di documenti inediti e riservati (tra questi i manuali per il trattamento dei detenuti a Guantanamo), svelando scandali ambientali e fenomeni di corruzione politica ripresi poi da decine di testate internazionali.

Il ventenne olandese Michael van Poppel, da parte sua, è la dimostrazione lampante che la capacità di informare tempestivamente non scompare con la crisi dei grandi colossi. Non ha mai letto i quotidiani, ma a suon di messaggi su Twitter la sua BNO News batte sistematicamente sul tempo le grandi agenzie di stampa internazionali, come quando ha comunicato al mondo per primo il terremoto de L'Aquila.

Anche nelle testate tradizionali c'è chi riesce a non farsi prendere dalla depressione e a guardare al futuro: è il caso dei "giornalisti con tendenze nerd" della divisione Interactive News Technologies del New York Times, che realizzano nuovi formati digitali per le notizie puntando tutto sul matrimonio tra estetica, interattività e coinvolgimento del lettore.

Sono questi alcuni dei personaggi al centro di “La Scimmia Che Vinse il Pulitzer. Storie, avventure e (buone) notizie dal futuro dell’informazione” (Bruno Mondadori, 2011), saggio scritto a quattro mani con Raffaele Mastrolonardo, collega e co-fondatore dell’agenzia Effecinque. Il libro è nato da un viaggio compiuto tra Stati Uniti, Africa ed Europa a cavallo tra il 2009 e il 2010, quando le notizie della “morte del giornalismo” si rincorrevano in tutto il mondo, tra testate storiche che chiudevano i battenti, altre che andavano in bancarotta e reporter licenziati in tronco.

* Questo articolo è una trascrizione rivista dell'intervento tenuto dall'autore al Workshop “Science Journalism and Digital Storytelling” organizzato il 23 Novembre 2011 alla Sissa di Trieste.

Eppure, dopo molti anni trascorsi a scrivere per il web e a raccontare la mutazione in corso nell'ecosistema dei media digitali, anche a noi sembrava che la morte del giornalismo fosse una "notizia ampiamente esagerata". Se solo si provava a spostare lo sguardo oltre i grandi colossi dell'informazione in crisi, in giro per il mondo si potevano vedere decine di agenzie di che univano design e tecnologia; giovani reporter che raccontavano la guerra con l'iPhone; sviluppatori di videogiochi con il pallino della notizia; programmatori la cui missione era conferire bella forma ad agglomerati di bit. Insomma, un gruppo di pionieri dell'informazione stava provando ad andare oltre la depressione generale per provare a reinventare le notizie del millennio digitale. Con la consapevolezza che, seppur i modelli di business non sono ancora ben delineati e le tecnologie sono al loro primo stadio di sviluppo, più che uccidere la buona informazione, Internet può essere il suo più grande alleato.

E' questo il filo rosso che unisce le otto storie raccolte in "La Scimmia che Vinse il Pulitzer". Ciascun capitolo vede protagonista una personalità o un progetto che prova a trasportare nel nuovo millennio un valore forte del giornalismo del secolo scorso. Sono gli "otto link tra passato e futuro" che vanno dalla *precisione* (il progetto di fact-checking PolitiFact) alla *velocità* (l'agenzia-Twitter BNO News che batte sul tempo i grandi colossi delle breaking news), dall'*intelligenza* (il software Stats Monkey che scrive notizie alla velocità della luce, senza nessun intervento umano) alla *partecipazione* (il progetto di crowdsourcing Ushahidi per raccontare dal basso le guerre e gli eventi di crisi); dalla *trasparenza* (l'utopia rivoluzionaria di Julian Assange) alla *libertà* (un coraggioso progetto di legge approvato in Islanda per difendere il diritto dell'informazione) e la *bellezza* (Jacek Utko, designer polacco che ha salvato decine di quotidiani in crisi grazie al suo restyling). Il saggio si chiude con un capitolo emblematico del cambiamento che si vuole provare a descrivere: l'emergere nelle redazioni più importanti del mondo della figura dei journo-hacker, giornalisti con forti competenze informatiche che dal New York Times al Chicago Tribune, passando per The Guardian e El Pais, usano le loro competenze statistiche e di programmazione, per scrivere una nuova pagina nel giornalismo digitale.

Perché no un ScienceFact?

Nella Scimmia che Vinse il Pulitzer non ci sono molti riferimenti al giornalismo scientifico. Dal momento però che le storie raccontate sono emblematiche di un più generale cambiamento nel mondo del digital storytelling, si può facilmente provare ad estendere la portata dei progetti descritti alla comunicazione scientifica.

Durante il workshop "Science Journalism and Digital Storytelling" ospitato dalla Sissa di Trieste, si è discusso, ad esempio, se sia possibile applicare anche al campo scientifico il radicale progetto di fact-checking descritto nel primo capitolo: PolitiFact. Si tratta un'iniziativa online nata alla vigilia della campagna 2008 per le presidenziali statunitensi da un'idea di Bill Adair, reporter politico con una lunga carriera alle spalle, ormai stanco di doversi piegare ai meccanismi della politica-spettacolo. Per andare oltre quello che lo studioso Jay Rosen definisce "il giornalismo del lui ha detto, l'altro ha risposto"² (per cui i reporter si limitano a riportare le dichiarazioni contrapposte degli avversari politici, senza mai spiegare al lettore dove si trova davvero la verità), Bill Adair ha deciso di lasciare la sua posizione di corrispondente dalla Casa Bianca per un grande quotidiano statunitense e ricominciare da capo la sua carriera con un progetto più rischioso, ma anche più entusiasmante. E' nato così PolitiFact, un sito che fin dall'inizio ha deciso di focalizzarsi solo su un'attività: la verifica puntuale di tutte le dichiarazioni che infiammano il dibattito politico sui giornali e nei talk show televisivi. La redazione di PolitiFact passa al setaccio le dichiarazioni più controverse, interpellando esperti indipendenti e agenzie governative, per poi emettere un giudizio chiaro attraverso fatti e numeri verificati (vero, metà vero, per lo più falso, falso e "Pants on Fire"). Il tutto viene visualizzato attraverso un Truth-o-Meter, un efficace cruscotto visivo che diventa spesso virale sui social network.

Fin dall'esordio PolitiFact ha dato vita ad un ricco database che permette di navigare i giudizi emessi per tema, ma anche per personalità politica. Al cittadino indeciso sulla reputazione di un senatore, basta così digitare il nome sul motore di ricerca di PolitiFact e visualizzare tutte le dichiarazioni verificate dalla redazione.

L'attenzione per il dettaglio e la capacità di saper comunicare bene online hanno portato PolitiFact a ricevere nel 2009 l'ambizioso Premio Pulitzer for the National Reporting: uno dei primi riconoscimenti dati ad un'iniziativa solo online, che rappresenta una conferma di come il giornalismo di qualità sopravviva nell'era digitale, anche nella sua versione watchdog (di controllo, cioè, dei poteri forti).

PolitiFact per ora si occupa solo di politica, ma Bill Adair non nasconde la tentazione di provare ad estendere il suo metodo ad altri settori.

Ad esempio, come la politica, anche il mondo della comunicazione scientifica è spesso attraversato da controversie e polemiche che lasciano il lettore confuso e con le idee poche chiare. Durante il workshop alla Sissa si è provato ad indagare la possibilità di lanciare un progetto simile anche in ambito scientifico. Un ipotetico ScienceFact non avrebbe bisogno di molti investimenti tecnologici (basta un buon database e una grafica accattivante) e potrebbe avere un forte impatto sul dibattito pubblico intorno a temi controversi come il riscaldamento climatico, l'energia nucleare, gli effetti della tecnologia sulla nostra salute e via dicendo. Certo, come è stato sottolineato durante il workshop da uno degli speaker, al di là del luogo comune per cui la scienza possa fare affidamento su molti dati e numeri certi, spesso non è facile assegnare un giudizio forte su tematiche così complicate. Ma anche qui, come insegna l'esempio di PolitiFact, si potrebbe se non altro provare a disinnescare le bugie più clamorose degli esponenti politici o di lobby e gruppi di pressione che spesso usano argomenti scientifici per orientare il dibattito pubblico a proprio vantaggio. Insomma, un eventuale ScienceFact potrebbe fornire ai lettori strumenti più incisivi per comprendere le grandi questioni scientifiche che ormai sempre più spesso sono intrecciate con il mondo della politica e dell'economia. E si tratterebbe senza dubbio di un efficace strumento di storytelling digitale per coinvolgere anche il pubblico che solitamente si tiene alla larga da queste problematiche.

A toolbox for digital journalists

Se PolitiFact rappresenta un progetto di giornalismo 2.0 innovativo senza impiegare tecnologie avanzate, il meglio del digital storytelling visto online negli ultimi anni arriva in realtà da team e personalità con più spiccate capacità informatiche. Nell'ultimo capitolo de "La Scimmia Che Vinse il Pulitzer" raccontiamo appunto dell'emergere di alcune figure ibride in grado di coniugare passione per il giornalismo e forti competenze di programmazione e grafica web. Si tratta di un gruppo di pionieri solitamente definiti negli Stati Uniti "journo-hacker", giornalisti-hacker. In apertura del capitolo raccontiamo del nostro incontro con Adrian Holovaty, da molti riconosciuto come il genio indiscusso della categoria.³ Quando aveva meno di 24 anni ha realizzato il primo mashup su Google Maps, integrando in una mappa poi diventata celebre (Chicago Crime Map) tutti i crimini commessi a Chicago. Holovaty ha poi lanciato Everyblock, un sito iper-locale che ribalta del tutto la prospettiva con cui si accede alle notizie locali: basta inserire il nome di una via per visualizzare al volo tutte le notizie relative a quell'area. Il tutto senza impiegare nessun reporter, ma facendo solo affidamento su sofisticati software di raccolta e aggregazione di informazioni già pubblicate online.

Anche le redazioni delle più blasonate testate a stelle strisce negli ultimi anni hanno assunto diversi journo-hacker. E' il caso del Chicago Tribune e del suo News Application Desk guidato da Brian Boyer, che utilizza gli strumenti del data-journalism come supporto alle grandi inchieste portate avanti dal quotidiano. Ancora più noti sono poi i cosiddetti "ribelli del New York Times",⁴ un team di giornalisti-programmatori-grafici che sta realizzando alcune dei più spettacolari progetti di digital storytelling disponibili online, anche in ambito scientifico. Ad esempio, la feature interattiva realizzata per il disastro della British Petroleum al largo del Golfo del Messico rappresenta il non-plus ultra del giornalismo 2.0: in un'unica interfaccia è possibile visualizzare come l'oil spill si stia diffondendo nel Golfo in tempo reale, quali sono state le aree maggiormente colpite, gli sforzi per bloccare la fuga, gli effetti sulla natura e una cronologia esplicativa di come è avvenuto il disastro.

Ad ogni modo negli ultimi anni molti passi in avanti sono stati compiuti sul fronte del digital storytelling. Anche chi non è un journo-hacker o non può contare sul sostegno di una grande redazione alle spalle, può ormai avvalersi di una serie di strumenti facilmente accessibili che permettono di raccontare storie in maniera più coinvolgente e interattiva per i lettori.

Ad Effecinque, l'agenzia giornalistica che abbiamo fondato insieme a Gabriele De Palma, Carola Frediani e Raffaele Mastrodonardo, usiamo molti di questi strumenti per innovare i servizi che offriamo alle testate con cui collaboriamo: dalle mappe online offerte da Google, passando per i mashup di Crowdmap, il live-coverage di Storify e Webdoc, per arrivare alle timeline interattive offerte da Dipity o Timeline Setter.

Sono questi solo alcuni degli strumenti disponibili nella cassetta degli attrezzi del giornalista digitale. Anche se non si ha la potenza di fuoco di grandi gruppi editoriali alle spalle, chiunque può iniziare a

sperimentarli e contribuire, così, a costruire un pezzo del giornalismo del nuovo millennio. L'importante è che vecchi e nuovi reporter si apprestino a farlo subito, prima che la notizia della morte del giornalismo non appaia così tanto esagerata.

Note e referenze bibliografiche

- ¹ N. Bruno e R. Mastrodonardo (2011), *La Scimmia che Vinse il Pulitzer. Personaggi, avventure e (buone) notizie dal futuro dell'informazione*, Bruno Mondadori, Milano.
- ² J. Rosen (2009), *He Said, She Said Journalism: Lame Formula in the Land of the Active User*, PressThink weblog; disponibile all'indirizzo web http://archive.pressthink.org/2009/04/12/hesaid_shesaid.html.
- ³ R. Leone (2006), *The Mashup Man*, *American Journalism Review*, December 2006/January 2007; disponibile all'indirizzo web <http://www.ajr.org/article.asp?id=4258>.
- ⁴ E. Nussbaum (2009), *The New Journalism: Goosing the Gray Lady*, *New York Magazine*, January 11 2009; disponibile all'indirizzo web <http://nymag.com/news/features/all-new/53344/>.

Autore

Nicola Bruno è cofondatore di effecinque [www.effecinque.org], agenzia giornalistica specializzata in formati innovativi per l'informazione online. E' stato Journalist Fellow presso il Reuters Institute for the Study of Journalism [reutersinstitute.politics.ox.ac.uk] dell'Università di Oxford. Ha scritto con Raffaele Mastrodonardo "La Scimmia che Vinse il Pulitzer: Personaggi, Avventure e (Buone) Notizie dal Futuro dell'Informazione" (Bruno Mondadori, 2011). E-mail: nicobruno@gmail.com.

HOW TO CITE: N. Bruno, *The post-journalist's toolbox – Trends in digital storytelling*, *Jcom* **10**(04) (2011) C03