

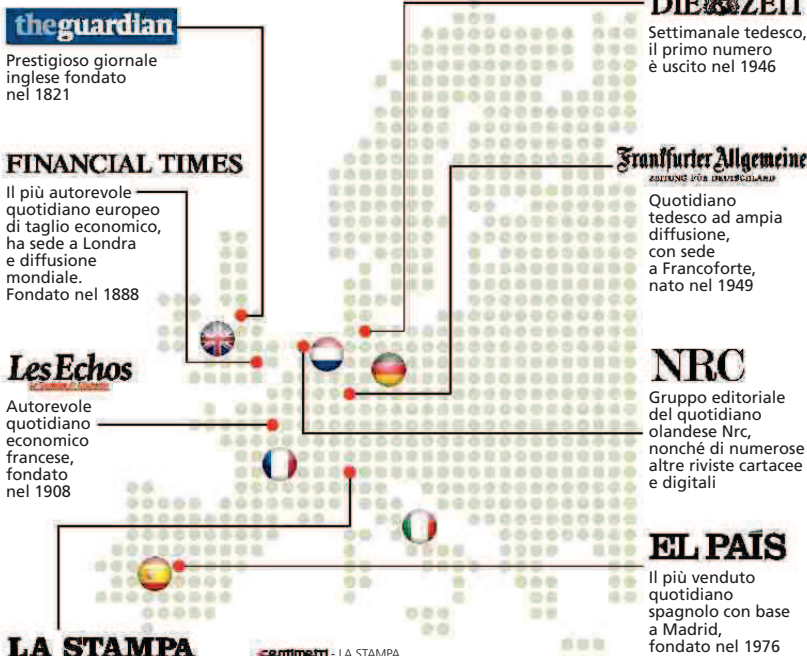
Iniziativa

BRUNO RUFFILLI
INVIATO A LONDRA

La Stampa e altre sette testate europee Accordo con Google per l'innovazione

E Mountain view ammette: "Volevamo aiutare l'editoria, ma abbiamo fatto errori"

I media del Digital News Initiative



è impossibile immaginare lunghe letture, c'è spazio solo per pillole di notizie, foto o infografiche.

Secondo l'ultimo Ericsson Mobility Report, poi, i video su piattaforma mobile aumenteranno di dieci volte da qui al 2020: arriveranno soprattutto da YouTube, Facebook, Snapchat o da app di streaming come Periscope. Di conseguenza anche la centralità del sito web sarà messa in discussione: sui social network leggeremo sempre di più notizie complete e non soltanto link che rimandano ad articoli pubblicati altrove. Bisognerà quindi inventare nuovi modi per attirare gli inserzionisti, studiare forme inedite di collaborazione e divisione degli utili tra le piattaforme e gli editori.

L'iniziativa

«Google lavorerà fianco a fianco con le redazioni e le organizzazioni giornalistiche per sviluppare un modello più sostenibile per le news. Questo è solo l'inizio, e invitiamo gli altri a partecipare», dichiara D'Asaro Biondo. Gli altri sono tutti quelli che lavorano per innovare il mondo delle notizie online, giornali, siti web, fino startup del settore. Nell'ambito del progetto Dni, Mountain View stanzierà 150 milioni di euro in tre anni per finanziare progetti di giornalismo digitale provenienti da tutta Europa, selezionati per le loro caratteristiche di originalità, fattibilità e potenziale impatto sul futuro dell'informazione. Google metterà anche a disposizione tre centri di ricerca a Parigi, Amburgo e Londra e organizzerà corsi di formazione con l'European Journalism Centre, Inma, Gen, il Center for Investigative Reporting e Hacks/Hackers, un gruppo di giornalisti impegnati sul campo della tecnologia. Oltre a borse di studio e seminari su temi cardine del giornalismo digitale (dal big data al crowdsourcing), Google finanzia poi il nuovo Digital News Report del Reuters Institute che analizzerà le abitudini di lettura e consumo delle news in vent'anni europei. Perché il giornalismo, anche ai tempi del digitale, rimane un dialogo costante e trasparente con i lettori: solo che ora abbiamo gli strumenti per conoscerli meglio.

150 milioni
Per il progetto Dni, Google stanzierà 150 milioni di euro in tre anni per finanziare progetti di giornalismo digitale provenienti da tutta Europa

90%
Ricerche A oggi, il 90% delle ricerche su internet in Europa passano da Google e dal suo motore di ricerca

2020
Video Il traffico video su mobile, smartphone e tablet, si stima aumenterà di dieci volte fino al 2020

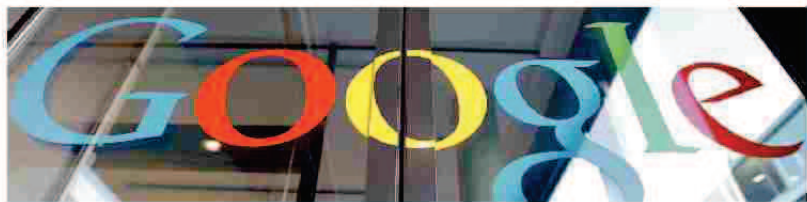
«Crediamo che Google abbia sempre cercato di aiutare il mondo dell'editoria, ma dobbiamo ammettere di aver fatto qualche errore». Così Carlo D'Asaro Biondo, Presidente Strategic Relationships dell'azienda per l'Europa, annuncia un cambio di passo. È la nascita della Digital News Initiative (DNI), una partnership tra otto testate europee e Google per lo sviluppo di nuove forme di giornalismo online. I soci fondatori, insieme a La Stampa, sono Financial Times e Guardian, Die Zeit e FAZ, El País, Les Echos e il gruppo NRC Media; ne fanno parte anche l'European Journalism Centre, il Global Editors Network, e l'International News Media Association. DNI è un esperimento, il tentativo di cercare obiettivi condivisi per immaginare un futuro possibile del giornalismo, lungo un cammino che è appena all'inizio.

Le notizie su misura
L'informazione è multimediale, interattiva, personalizzata, viaggia su piattaforme e strumenti diversi, veicolata dai social media e dai motori di ricerca. Ma tra una notizia falsa e un'inchiesta di valore c'è solo un click di distanza: così uno dei punti chiave dell'accordo è promuovere la qualità e l'originalità dell'informazione, sia nel contenuto che nella forma. Chi investe tempo e risorse in articoli lunghi e complessi, documenti multimediali, webdoc, esperimenti di storytelling, paradossalmente si ritrova spesso penalizzato nei risultati delle ricerche e quindi nel numero di lettori. Di recente, Google ha modificato l'algoritmo, privilegiando nelle ricerche da smartphone le pagine ottimizzate per dispositivi mobili: una spinta perché chi progetta un sito web tenga presenti le esigenze dei lettori, che sempre più accedono al web da apparecchi diversi dal computer di casa o dell'ufficio. La Digital News Initiative va ancora oltre, e scommette sul dialogo tra giornalismo e tecnologia, due ambiti a lungo distanti e oggi talmente intrecciati che per chi fa informazione online conoscere qualche elemento di programmazione è importante quanto una lingua straniera.

EUROPEAN JOURNALISM CENTRE
Fondazione non profit dedicata al mantenimento degli alti standard della qualità giornalistica

GLOBAL EDITORS NETWORK
Network con sede a Parigi che raggruppa oltre mille tra direttori e innovatori nei media con lo scopo di mantenere la qualità nell'innovazione del giornalismo

INTERNATIONAL NEWS MEDIA ASSOCIATION
Associazione non profit per il giornalismo. Raggruppa oltre 6.000 membri in oltre 80 Paesi



KEYSTONE, WALTER BIERAP

La sfida della tecnologia

Insieme, giornalisti, esperti di marketing e ingegneri di Google, svilupperanno nuovi mezzi per portare a ciascuno noti-

zia su misura, personalizzate per il momento il luogo e lo strumento dove vengono fruiti. Serviranno quindi strumenti di analisi più precisi,

sia pure nel rispetto rigoroso della privacy, ma bisognerà anche ripensare il modo in cui gli articoli vengono scritti; su uno smartwatch, ad esempio,

MARIO CALABRESI
SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

RIVOLUZIONE DIGITALE PER SALVARE IL GIORNALISMO

In questo panorama editoria tradizionale, quella che state leggendo in questo momento, sta perdendo peso e capacità di conquistare il cuore, la mente e soprattutto gli occhi dei lettori. Ci si potrebbe arrendere e uno dei modi per farlo è continuare a raccontarsi una centralità che sta svanendo, ci si potrebbe accontentare di declinare il più lentamente possibile, si può continuare a rimpiangere il passato, oppure si può credere che esistano strade per dare valore ai contenuti e per mettere in luce la qualità. Ma bisogna avere il coraggio di cambiare completamente il nostro approccio per essere capaci di realizzare progetti che sfruttino al meglio le potenzialità del digitale, che rendano il nostro giornalismo più competitivo,

bello e fruibile e che cerchino al tempo stesso di rendere il giornalismo sostenibile dal punto di vista economico. Per questo otto giornali europei, tra cui «La Stampa», «El País», il «Guardian», il «Financial Times» e la tedesca «FAZ», hanno deciso di dare vita ad un progetto con Google, che si chiama Dni (Digital News Initiative) per portare innovazione nelle redazioni europee. Per dare risposte adeguate e competitive ai lettori di oggi, anche ai più giovani, per cercare di colmare quel gap che c'è tra ciò che produciamo e ciò che la gente legge in rete. Un progetto che ha come finalità quella di aumentare il numero di lettori, il loro tasso di attenzione e i ri-

cavi, perché solo un giornalismo che ha i conti a posto è un giornalismo veramente libero da pressioni e condizionamenti. Si tratta di studiare prodotti nuovi, di immaginare soluzioni innovative per la pubblicità, i video e le applicazioni, un'opportunità per tutto il sistema perché ciò che nascerà sarà a disposizione di chiunque voglia sperimentare nuove strade e non solo del gruppo dei fondatori. Infatti, sia le soluzioni che verranno messe a punto sia il fondo di 150 milioni di euro per finanziare l'innovazione saranno aperti a tutte le realtà editoriali tradizionali, ma anche ai nuovi soggetti che si affacciano nel mondo dell'informazione

digitale, startup comprese. È un percorso di lungo periodo quello che inizia oggi: il compagno di strada è il più grande motore di ricerca del mondo, messo sotto la lente dell'antitrust europea proprio nelle scorse settimane, che in questi anni non è mai stato considerato né un amico né un possibile alleato dai giornali visto quanto ha contribuito a sbriciolare il sistema tradizionale. Si può obiettare che per il gigante di Mountain View questa è una necessaria operazione di marketing e di pubbliche relazioni, per migliorare la propria reputazione in un continente in cui si trova ad affrontare critiche e una indagine antitrust, ma se questo lo

ha spinto a sedersi intorno ad un tavolo e a discutere seriamente di sviluppo digitale del mondo editoriale per noi è una buona notizia. Oggi Google sembra rendersi conto di come l'ecosistema in cui agisce non sarà più lo stesso e perderà valore se il mondo dell'informazione non riuscirà a tornare in buona salute, ha chiaro come la catena alimentare dell'informazione di cui si nutre dipenda anche dalla solidità del sistema editoriale. Per questo «La Stampa» e altri sette gruppi informativi di Spagna, Inghilterra, Germania, Francia e Olanda hanno cominciato a lavorare insieme, convinti che questo sia un punto di partenza di un percorso

che ci dirà presto se sia possibile trovare nuove strade per il nostro futuro insieme a Google. Un percorso trasparente in cui si cercherà di dare un valore chiaro e riconoscibile al giornalismo di qualità, un percorso che in Italia dovrà necessariamente camminare parallelamente a un dialogo tra Google e la Federazione degli editori che dia risposte chiare ai problemi da tempo sul tavolo, a partire dai diritti d'autore fino alla condivisione dei dati. Un progetto che contribuisca a comprendere i percorsi di lettura e le dinamiche dell'informazione, anche attraverso una maggiore cultura del tempo presente, grazie a borse di studio e finanziamenti per ricerche accademiche e al finanziamento per ampliare a venti Paesi europei il Reuters Institute Digital News Report, ricerca annuale e strumento preziosissimo per capire dove sta andando questo mondo.