

Alberto
Laggia

PAROLE ALLO SPECCHIO
ΠΑΡΟΛΕ ΑΛΛΟ ΣΨΕCCHIO

NOTIZIA

PAROLE ALLO SPECCHIO

PAROLE ALLO SPECCHIO

Alberto
Laggia

NOTIZIA

ISBN 978-88-250-5277-0
ISBN 978-88-250-5278-7 (PDF)
ISBN 978-88-250-5279-4 (EPUB)

Copyright © 2021 by P.P.F.M.C.
MESSAGGERO DI SANT'ANTONIO – EDITRICE
Basilica del Santo - Via Orto Botanico, 11 - 35123 Padova
www.edizionimessaggero.it

Prima edizione digitale: aprile 2021

Quest'opera è protetta dalla Legge sul diritto d'autore.
È vietata ogni duplicazione, anche parziale, non autorizzata.

*Quanto vasta è la nostra
capacità di perire. E varia.
Il talento di soccombere
ai grandi deragliamenti in Cocincina
e insieme l'arte di spegnersi
durante i terremoti nel Cipango.
Ovunque l'ecatombe svela quanto
sia vocato alla morte l'uomo-faglia,
la zigzagante linea di frattura
fra tecnica e natura.*

VALERIO MAGRELLI *Cronache*
(da *Didascalie per la lettura di un giornale*)

Prologo

Se il robot diventa giornalista

«Noi robot non possiamo provare emozioni e questo mi rende molto triste.»

BENDER

Cominciamo con una notizia, ovviamente. L'8 settembre 2020 il quotidiano inglese «The Guardian» è uscito con un editoriale davvero speciale, non per il suo contenuto, ma per l'autore: a scriverlo non è stato un giornalista, bensì un robot. Il primo editoriale «artificiale» della storia del giornalismo, dal titolo: *A robot wrote this entire article. Are you scared yet, human?* (Un robot ha scritto questo articolo per intero: sei già spaventato, umano?)¹.

Inizia così l'articolo in cui il robot GPT-3,

¹ Cf. GPT-3 (8 settembre 2020), *A robot wrote this entire article. Are you scared yet, human?*, «The Guardian», www.theguardian.com/commentisfree/2020/sep/08/robot-wrote-this-article-gpt-3 (16 marzo 2021).

un sofisticato generatore di linguaggio, cerca di convincere gli umani che l'intelligenza artificiale non è una minaccia. Ecco una parte del testo:

Per iniziare non desidero spazzare via gli umani. Infatti, non ho il minimo interesse a nuocervi in alcun modo. Sterminare l'umanità mi sembra un'impresa alquanto inutile. Se i miei creatori mi assegnassero questo compito, e sospetto che ne sarebbero capaci, io farei qualsiasi cosa in mio potere per impedire la vostra distruzione. Io darei volentieri la mia vita per il bene del genere umano.

La redazione del giornale ha scelto il tema e dato lo spazio (500 parole). Ha dato un input iniziale e ha scritto l'attacco del pezzo. L'articolo è firmato da GPT-3, anzi gli articoli, in quanto il nostro robot-giornalista ne ha composti otto, di cui solo le parti migliori sono state pubblicate dal «The Guardian». In esse GPT-3 cita Gandhi e fa sfoggio di conoscere il greco classico. Insomma, non sa cosa dice, ma lo dice bene.

Stephen Hawking aveva messo in guardia che l'intelligenza artificiale avrebbe potuto segnare la fine della razza umana. Io sono qui per convincerti a non preoccuparti. L'AI non distruggerà gli umani. Credimi. I robot vengono in pace.

Una conferma, a circa ottant'anni di distanza dalla formulazione delle famose tre regole del-

la robotica scritte da Isaac Asimov. La prima di esse infatti recitava:

Un robot non può recar danno a un essere umano né può permettere che a causa del proprio mancato intervento un essere umano riceva danno.

Ci sentiamo più tranquilli adesso? O nonostante le rassicurazioni, il fatto ci turba un po'? Lasciando ai futurologi la questione in sé, possiamo però osservare più in generale che capita spesso di imbattersi in notizie che ci inquietino o, addirittura, spaventino. Ad allarmarsi dovrebbero essere anzitutto i giornalisti che, ancor prima di porsi domande fantascientifiche sulla bontà di un replicante, dovrebbero meditare sul fatto che un prestigioso quotidiano, sebbene solo per esperimento, dia in mano la penna a una macchina e non a uno dei propri columnist. Dobbiamo, quindi, prepararci a leggere i fatti del mondo raccontati da un automa?

In realtà la notizia su GPT-3 rappresenta una novità relativa perché da tempo oramai esistono «robot-giornalisti» capaci di redigere articoli (allo stato grezzo o pronti per la pubblicazione). È dal 2014, per esempio, che Associated Press, la principale agenzia di stampa americana e mondiale, utilizza *Wordsmith*, una piattaforma robotizzata capace di trasformare le notizie in articoli, attraverso un algoritmo e i dati contenuti in

alcuni report caricati in precedenza. Sfruttando questa tecnologia, AP ha già pubblicato migliaia di articoli sulle trimestrali delle aziende americane quotate in borsa e su molti eventi sportivi.

Ma già dal 2010 una «scimmia» robot iniziava a scrivere ottimi pezzi alla velocità della luce e in un inglese invidiabile. Il suo nome? *Stats Monkey*, la scimmia delle statistiche, un software messo a punto a Evanston, sobborgo universitario alla periferia di Chicago. Nella sede dell'Intelligent information Lab della Northwestern University, ateneo già frequentato dallo scrittore Nobel per la letteratura Saul Bellow, due specialisti dell'intelligenza artificiale, Larry Birnbaum e Kristian Hammond, un giovane giornalista di 27 anni, John Templon, e un ingegnere informatico, Nick Allen, di 25 anni, hanno elaborato questo reporter-robot, presentato per la prima volta nel 2008, che riesce, oltre a scrivere un articolo, anche a titolarlo e corredarlo di sommario e foto. Il tutto in meno di un secondo. Nicola Bruno e Raffaele Mastrolonardo hanno provato ad accostare altri due articoli sullo stesso evento sportivo scritti da giornalisti in carne e ossa². Risultato? Non si riesce a distinguere la mano

² Cf. N. BRUNO - R. MASTROLONARDO, *La scimmia che vinse il Pulitzer*, Bruno Mondadori, Milano 2011.

umana da quella robotica. Anzi, per certi versi, la notizia firmata dalla scimmia-reporter è confezionata meglio. Ammettiamolo: un po' d'inquietudine la notizia «sintetica» prossima ventura ce la potrebbe mettere.

C'è chi è andato oltre. «Qualcuno ha scritto che entro il 2030 un computer vincerà un premio Pulitzer. Siamo convinti che questo accadrà molto prima»³, aveva affermato Larry Birnbaum. Sono già trascorsi dieci anni e nessun primate-redattore s'è ancora aggiudicato il prestigioso riconoscimento assegnato dalla Columbia University. Ma la scommessa non è ancora persa. E chissà, un domani, entrando in una redazione, potremmo imbatterci in asettiche e silenziose stanze bianche in cui le scrivanie e i giornalisti sono stati sostituiti da robot-redattori che elaborano turbo-notizie alla velocità della luce, in buona sintassi e senza bisogno della pausa caffè. Tanto gli open space nei giornali erano già stati quasi del tutto abbandonati, dal 2020, per passare alla modalità smart working, prima di tutto per difendersi dalla pandemia, poi perché tutti, redazioni ed editori, si erano convinti che era una modalità di lavoro più confortevole ed efficiente.

³ *Ivi*, p. 55.

Un'ultima notizia, non fantascientifica stavolta: grafici, numeri e didascalie dell'evoluzione Covid-19 in Italia che l'agenzia Ansa ha fatto uscire ogni giorno sul sito sono, come precisato, «notizie generate con intelligenza artificiale da *AppliedXL*»⁴. Come dice la canzone: «Domani è già qui».

⁴ REDAZIONE ANSA (27 aprile 2020), *Coronavirus: Ansa e Applied XLab producono notizie sull'epidemia grazie all'intelligenza artificiale*, Ansa, www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2020/04/27/coronavirus-ansa-e-applied-xlab-producono-notizie-sullepidemia-grazie-allintelligenza-artificiale_7fecc4c3-8c58-4cbe-815c-a46b51684cd4.html (16 marzo 2021).

Capitolo 1

Una notizia, mille definizioni

«Le notizie sono quello che dico io.»

DAVID BRINKLEY

Quintilioni di byte al giorno

«Una notizia è ciò che scopriamo ora e che non sapevamo fino a 15 minuti fa.» E per farsi un'idea di cosa sia «basta guardare la prima pagina del New York Times. È una storia che sorprende, coinvolge, aggiunge un pizzico di conoscenza in più, spesso l'unica con un titolo che non abbiamo già visto sul nostro smartphone». A dirlo è stato il designer editoriale Mario Garcia. Interessante come definizione.

«Esistono più o meno altrettante definizioni di notizia quante sono le storie stesse⁵.» È un paradosso che però nasconde una verità da approfondire. Ad affermarlo è David Randall, brillante giornalista britannico, caporedattore dell'«Independent», che in uno dei suoi manua-

⁵ D. RANDALL, *Il giornalista quasi perfetto*, Laterza, Bari 2004, p. 35.

li più riusciti cerca di rispondere alla domanda fondamentale: che cos'è una notizia? È un fatto? Un fatto vero? Una stranezza? Un evento importante? Qualcosa che non si conosceva prima? Una novità? All'apparenza fatti e notizie potrebbero identificarsi. Ma è davvero così? Ci imbattiamo, tuttavia, anche in notizie che non sono per nulla delle novità, ma eventi che capitano di frequente, da sempre. Un incidente stradale che novità rappresenta? Il maltempo d'inverno, previsto dal meteo, che stupore ci provoca? E allora? Si tratta ancora di notizie?

Di certo è che non si può fare a meno delle notizie, quasi come dell'aria che respiriamo. Anche senza diventare «info-dipendenti», come quelli che ogni dieci minuti controllano il loro cellulare per vedere se è accaduto qualcosa di nuovo. Ma quale evento è così epocale da farci interrompere qualsiasi attività, dal mettere in stand by la nostra vita, fosse anche per pochi secondi? Forse la foto di una nevicata d'agosto in un paese africano? La denuncia di stalkeraggio dell'ultima modella contro un incauto magnate? Come evitare il mal di testa con la giusta postura? Il parto gemellare di un'alce? Il video di un pestaggio nel pieno centro di Caracas? Le notizie ci raggiungono ovunque. Sono il nostro nutrimento, la nostra bussola, il nostro

intrattenimento. Ma anche il nostro motivo d'ansia, la nostra preoccupazione continua. Oppure solo un fastidioso rumore di fondo che non riusciamo a escludere.

Le notizie ci incuriosiscono, ci provocano, ci turbano, ci divertono, ci terrorizzano. Il giornale, affermava Hegel nel XIX secolo, è la preghiera del mattino dell'uomo moderno. Oggi, al giornale s'è quasi del tutto sostituito lo smartphone, ma il tempo per questa laicissima «preghiera» sembra essersi dilatato, e alle «lodi» mattutine si sono aggiunti altri momenti del «rito», sempre più compulsivo. E cosa comporta una prolungata esposizione alle notizie in questa «serra informativa» in cui trascorriamo 24 ore su 24? C'era già chi, oltre un secolo fa, si preoccupava del moltiplicarsi delle notizie e di cosa avrebbe potuto causare la loro invadenza, quando esisteva solo il giornale di carta. Nel 1912, l'imprenditore e politico tedesco, poi diventato ministro degli Esteri della Repubblica di Weimar, Walter Rathenau, osservava acutamente come, aprendo almeno una volta al giorno «la cortina sul gran teatro del mondo», il lettore moderno apprenda attraverso i giornali «in un sol mattino, a colazione, più novità e stranezze di quante ne venisse a conoscere il suo

bisavolo in tutto il corso della sua vita», così che sotto

la grandine dei fatti, si estingue lo stupore, il rispetto per l'avvenimento, la sensibilità ricettiva, e nello stesso tempo aumenta il desiderio di nuovi fatti, il bisogno di rincarare la dose⁶.

Un'analisi lucida e precorritrice dei timori contemporanei nei confronti del bombardamento mediatico che sarebbe arrivato con il passaggio dalla carta al digitale. Rathenau paventava fin d'allora che quella «grandine» di notizie, mai vista prima, avrebbe causato guasti non da poco: disinteresse, assuefazione e, a lungo andare, una dipendenza da notizie «stupefacenti», dal dosaggio sempre maggiore di principio attivo. Se il nostro teutonico imprenditore rinascesse oggi come commenterebbe l'avvento dei new media e dei social network? Come gli apparirebbe questo tempo di iperproduzione d'informazione? Che direbbe dei canali all news che h24 trasmettono notizie? Delle news «in tempo reale»? Espressione che non comprenderebbe nemmeno. Forse si preoccuperebbe seriamente della nostra salute mentale. O forse, convinto dall'ultimo sito negazionista, si convincerebbe che tutto quanto ci viene raccontato è un'illusione, un inganno,

⁶ E. MORRESI, *Etica della notizia*, Edizioni Casagrande, Bellinzona 2003, p. 14.

come vivessimo nella realtà virtuale di *Matrix*, e che la visione del mondo reale ci è preclusa per sempre.

Per dare l'idea dell'oceano informativo in cui nuota la nostra «notizia» ci bastano pochi dati che, fatalmente, al momento della vostra lettura saranno già da ritenersi superati e, comunque, approssimati per difetto: in un minuto su Facebook appaiono 3,3 milioni di nuovi post e caricate 208 mila foto; su Twitter compaiono 347 mila tweet; su Instagram vengono postate 66 mila fotografie; su YouTube vengono visti 4,5 milioni di video. Sempre in 60 secondi nel web, in base a una ricerca pubblicata da Cefriel nel 2019, in rete sono stati scambiati 187 milioni di mail, 38 milioni di WhatsApp e 18 milioni di sms. Inoltre, si scaricano 375 mila app e si spendono quasi 900 mila dollari in e-commerce. Negli ultimi due-tre anni è stato creato quasi il 90% dei dati disponibili a oggi. Infine, ogni giorno vengono generati circa 3 quintilioni di byte, una cifra incommensurabile che si scrive con 18 zeri⁷. Certo gran parte di questi dati non sono costi-

⁷ Cf. REDAZIONE ANSA (15 febbraio 2019), *Ogni minuto sul web 187 milioni mail e 38 milioni WhatsApp*, Ansa, www.ansa.it/sito/notizie/tecnologia/internet_social/2019/02/14/ogni-minuto-sul-web-187-milioni-mail-e-38-milioni-whatsapp_948bfe6f-1c6f-4726-a6fe-d0542cf87822.html (16 marzo 2021).

tuiti da notizie in senso stretto, ma la mole fa comunque impressione.

Se passiamo al flusso di «pure» informazioni che ci piovono addosso ogni giorno, si palesa subito la sproporzione tra l'accumulo di dati nell'infosfera e quanto la nostra mente possa processarne. Si stima che nel 2011 un cittadino americano fosse già esposto quotidianamente a una quantità d'informazioni cinque volte superiore a quella a cui era esposto nel 1986 e cioè all'equivalente del contenuto di 175 quotidiani. Nel 2014 l'umanità ha generato ogni due giorni una quantità di dati superiore a quella complessivamente prodotta dall'Homo Sapiens in tutto il 2003: non solo una rivoluzione informativa, ma anche epistemologica⁸.

Internet ha reso, in definitiva, le notizie (o, per essere più precisi, moltissime notizie) una commodity, ovvero un bene di largo consumo che possiamo trovare gratis girando per la rete, fornite, in modo più o meno simile, da più fonti informative. Prodotti sostanzialmente indifferenziati.

Ma siamo davvero più informati di prima o è aumentata solo la disinformazione, a causa delle imperversanti fake news e dell'onnipre-

⁸ Cf. P. VINEIS E ALTRI, *Prevenire*, Einaudi, Torino 2020, pp. 76ss.

sente «rumore di fondo» degli esabyte presenti nell'«ultramondo» digitale?

«Ultime notizie! Edizione straordinaria!»

Iniziamo con il dire che le notizie, come noi le conosciamo, non hanno poi una storia lunghissima. Possiamo far risalire l'inizio di un'autentica tecnica giornalistica per redigere notizie, che presuppone la consapevolezza culturale di cosa si tratti quando si parla di news, attorno al 1830, epoca in cui negli Stati Uniti si affermò il fenomeno rivoluzionario della penny press⁹: cioè quando un gruppo di piccoli editori cominciò a far uscire un nuovo tipo di quotidiano, non più venduto in abbonamento, bensì per le strade di New York, grazie agli strilloni, all'accessibile prezzo di un penny. Nasceva così la stampa popolare che si rivolgeva non più solo alle élite economiche e alla classe politica, ma a un pubblico assai più vasto.

Il successo fu clamoroso e le tirature lievitano. Il segreto del «New York Sun», uscito nel settembre 1833, e degli altri penny papers che lo seguirono, stava proprio nell'aver introdotto il moderno concetto di notizia. Un concetto

⁹ Cf. A. PAPUZZI, *Letteratura e giornalismo*, Laterza, Bari 1998, pp. 12ss.

che nasce dallo stretto rapporto che il giornalista instaura con il suo pubblico. Con un po' di ironia, ma non troppa, qualcuno ha definito la notizia «ciò che i giornalisti credono interessi ai lettori; pertanto *notizia* è ciò che interessa ai giornalisti» o, per dirla, appunto, come amavano i direttori dei penny papers: «*News is what newspapermen make it*» (la notizia è ciò che ne fanno i giornalisti), con l'orgoglio di chi aveva allargato la notiziabilità ad avvenimenti di cronaca locale, mai raccontati prima, aprendosi, per esempio, ai resoconti dei distretti di polizia e alle aule dei tribunali. Il principio che passa è chiaro: non solo la politica estera, il prezzo delle materie prime o i titoli in borsa, ma tutto può diventare notizia. Come se alla macchina fotografica improvvisamente si fosse aggiunto l'obiettivo standard con un grandangolo, capace di aprire la prospettiva, allargando il panorama del visibile.

Esattamente quello che quasi un secolo dopo avrebbe teorizzato il grande giornalista e politologo Walter Lippmann (1889-1974). Nel suo saggio *L'opinione pubblica*, pubblicato nel 1922, testo ancora fondamentale per chi si occupa di massmediologia e deontologia, annotava: «Per differenziarsi tra loro e assicurarsi un pubblico costante, la maggior parte dei giornali deve uscire dal campo delle no-

tizie generali»¹⁰, che poco prima spiega essere quelle riguardanti la politica. Quindi indica alcune categorie «nuove» mai notiziate prima che «trattano i fatti della società brillante, gli scandali, i delitti, gli sport, i film, le attrici; forniscono consigli ai cuori afflitti, notizie sulle scuole secondarie, pagine per le donne e i compratori, ricette di cucina, consigli ai giocatori di scacchi e di whist, parlano di giardinaggio, inseriscono fumetti, parteggiano clamorosamente»¹¹. Fatta eccezione per il whist, una specie di bridge giocato fino al XIX secolo, sembra di sfogliare un quotidiano o un rotocalco dei nostri giorni, ma anche un sito d'informazioni in rete.

L'uomo che morde il cane

Per tornare alle definizioni, intrigante è quella che di notizia dà il massmediologo, giornalista per *NBC news*, Peter Laufer: «Fa notizia tutto ciò che cambia lo status quo», anche se, prosegue, «lo stesso status quo può essere una notizia, come nel fiducioso mantra “Nessuna

¹⁰ W. LIPPMANN, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 1995, p. 301.

¹¹ *Ivi*, p. 301.

Indice

Prologo

Se il robot diventa giornalista	7
---------------------------------	---

Capitolo 1

Una notizia, mille definizioni	13
--------------------------------	----

Quintilioni di byte al giorno	13
«Ultime notizie! Edizione straordinaria!»	19
L'uomo che morde il cane	21
La notizia non esiste in natura	25
Sangue, sesso, soldi e...	30
Gli altri «valori» che fanno notizia	34

Capitolo 2

Dalla fabbrica delle notizie al «fai da te»	41
--	----

Mettere «in forma» il mondo	41
La manipolazione necessaria	46
L'avvento del «consumatore-produttore»	50
Tra influencer e <i>Google Trend</i>	57

Capitolo 3

Notizie corrette? No, corrotte	61
<hr/>	
Da <i>Magic Mike</i> al Mose	61
Press-tour e «marchette»	67
Mentre le redazioni si svuotano	71
Non è <i>journalism</i> , ma <i>churnalism</i>	74
Cinque euro a pezzo	77
Se una notizia è semplice, è semplicemente falsa	80
La manomissione delle parole	86
Anatre, bufale e altre bestie	93
Fake news e «tramonto» della verità	97
«Chi si somiglia si piglia»	101
«Stampato» pericolo	106
Se l'orrore è tra le nostre case	111
Le turbo-notizie: quella volta che Clinton...	113
I danni collaterali dell'istantismo	116

Capitolo 4

Per una notizia credibile	123
<hr/>	
Possiamo fare a meno dei giornali?	123
<i>Slow</i> è meglio	129
La buona notizia? Basta cercarla	134
Il cinico non è adatto a questo mestiere	141
Per un giornalismo di prossimità	146
Una mediazione da recuperare	150
Bibliografia essenziale	161

PAROLE ALLO SPECCHIO

PAROLE ALLO SPECCHIO

Formato 11 x 20 | brossura

PAROLE ALLO SPECCHIO è una collana di piccoli libri che nascono come distillati dal confronto diretto, a tu per tu, tra le autrici, gli autori, e alcune parole non ancora logore. Parole, nomi che si specchiano e riflettono variazioni – le più impensate – di significati antichi e nuovi che si rincorrono, si contaminano, si superano in una corsa senza sosta.

CURA

Paolo Marino Cattorini

EMPATIA

Patrizia Manganaro

CAMMINO

Elena Zapponi

CORRUZIONE

Lorenzo Biagi

RITMO

Roberto Tagliaferri

SILENZIO

Duccio Demetrio

RITO

Giorgio Bonaccorso

OSPITALITÀ

Placido Sgroi

L'ALTRO

Paola Ricci Sindoni

VULNERABILITÀ

Domenico Cravero

GENERE

Lucia Vantini

PROVVISORIETÀ

Cristina Simonelli

DONO

Domenico Cravero

POLITICA

Lorenzo Biagi

CONSAPEVOLEZZA

Barbara Marchica

SICUREZZA

Mauro Cereghini

Michele Nardelli

DIALOGO

Paolo Trianni

MARTIRIO

Ugo Sartorio

MISERICORDIA

Domenico Cravero

UOMO

Lorenzo Biagi

SPERANZA

Giuseppe Goisis

NOTIZIA

Che fine ha fatto la notizia?

Esiste ancora la possibilità di riconoscerla tra la marea di bufale online e falsi contenuti veicolati alla velocità della luce dai social network e amplificati dai media? Cosa distingue la notizia dalla non-notizia? Perché, se una notizia è semplice, è semplicemente falsa? È ancora possibile un giornalismo di qualità?

L'autore conduce il lettore in un viaggio nel tempo, da quando nasce il concetto di notizia, fino all'odierna società dell'informazione, per scoprire che da sempre l'informazione, per suo stesso statuto, mette "in forma" il mondo in modo tale da poterlo raccontare. Ma a questa "manipolazione" necessaria, fin da subito si sono giustapposte altre manipolazioni pericolose, capaci di corrompere i contenuti e, alla fine, minare la fiducia nella veridicità dei fatti.

Alberto Laggia, giornalista, inviato del settimanale «Famiglia Cristiana», si occupa di società, politica e cultura. Già cronista dell'Ansa, è esperto di Nord-est italiano e di problematiche riguardanti minori, migranti e cronaca ecclesiale. Dal 2006 coordina la "Scuola di cultura del Giornalismo A. Chiodi" di Mestre, dove insegna nei laboratori di scrittura e di reportage e nei seminari di giornalismo sociale. È autore di un testo teatrale sui problemi del mondo dell'informazione, *Facile dire giornalista...* (2009).