



SCUOLA SUPERIORE PER MEDIATORI LINGUISTICI
(Decreto Ministero dell'Università 31/07/2003)

Via P. S. Mancini, 2 – 00196 - Roma

**TESI DI DIPLOMA
DI
MEDIATORE LINGUISTICO**
(Curriculum Interprete e Traduttore)

Equipollente ai Diplomi di Laurea rilasciati dalle Università al termine dei Corsi afferenti alla classe delle

**LAUREE UNIVERSITARIE
IN
SCIENZE DELLA MEDIAZIONE LINGUISTICA**

"Evoluzione del giornalismo in un mondo sempre più
tecnologico"

RELATORI:

Prof.ssa Maggie Paparusso

CORRELATORI:

Prof. Fabio Matassa

Prof.ssa Luciana Banegas

CANDIDATA:

Jennifer Pavoncello

Matricola 3374

ANNO ACCADEMICO 20 23/20 24

Alla mia famiglia,
per l'amore,
il sostegno e la forza che non mi ha mai fatto mancare.
Grazie per aver creduto in me e per avermi accompagnata con pazienza
e dedizione in questo percorso.
questo traguardo e` dedicato a voi,
che siete stati la mia guida.
con affetto.

Sommario

Introduzione:	1
1 Giornalismo e comunicazione digitale :	2
1.1 l'informazione cartacea. I primi passi e la stampa a caratteri mobili	2
1.2 Il primo sviluppo dei fogli d'informazione tra '500 e '600:	4
1.3 Ma la Gazzetta come ha influenzato il giornalismo?	6
1.4 Evoluzione del giornalismo dal XVII al XIX secolo	8
1.5 Ma chi finanziava questi giornali?	11
2. Il giornalismo nel periodo dell'illuminismo e della rivoluzione industriale:	11
2.1 il Giornalismo durante la rivoluzione industriale	13
3. La produzione di notizie in serie	14
3.1 Nuovi strumenti di trasmissione dell'informazione	15
4. Il giornalismo nel XX secolo	17
4.1 L'avvento della radio e della televisione: l'impatto sui giornali tradizionali	18
4.2 L'impatto della radio sul giornalismo	18
4.3 L'impatto della televisione sul giornalismo	19
5. Le sfide per i giornali tradizionali	20
5.1 Adattamento al giornalismo d'inchiesta e di approfondimento:	21
5.2 Convergenza e collaborazione:	21
6. Giornalismo e propaganda	24
6.1 Effetti sulla credibilità dei media:	25
6.2 Manipolazione dell'opinione pubblica	27
6.3 La riduzione della credibilità e il danno alla stampa	27
6.4 Effetti duraturi sulla stampa e sul giornalismo	28
7. L'avvento del giornalismo digitale: un'analisi approfondita	29

Transizione dal cartaceo al digitale	29
7.1 Vantaggi della digitalizzazione	30
7.2 Svantaggi della digitalizzazione	31
8. La crisi dei modelli di business	36
8.1 Adattamento ai nuovi modelli di business digitali	37
8.2 Sfide per le testate locali e di nicchia:	39
8.3 Vantaggi e limiti del modello del paywall	40
8.4 Donazioni e finanziamenti dal pubblico:	42
8.5 Il modello freemium	43
8.6 Successi e fallimenti nel panorama digitale:	45
8.7 Sfide ancora aperte	45
9. Giornalismo e social media	46
9.1 Giornalismo social: cos'è cambiato?	47
9.3 Sfide per la qualità e la veridicità delle informazioni	52
10. Fake news e la post verità	53
Perché succede	55
10.1 Come distinguere le notizie vere da quelle false ?	59
11. Il futuro del giornalismo digitale: approfondimento	60
11.1 Come vengono utilizzate le nuove tecnologie nel giornalismo?	62
11.2 Quali sono le prospettive future per il giornalismo digitale?	62
Sfide etiche e professionali	63
12. Verifica dei fatti (fact- checking):	67
12.1 AI:	70
12.2 Come funziona la tecnologia AI deepfake?	71
12.3 Best practices per rilevare la tecnologia deep fake	72
Conclusione	74
Sezione lingua inglese	79
Introduction	80
1. Digital journalism	81
1.2 Evolution of Journalism (17th-19th Centuries)	83
1.3 Journalism in the Age of Enlightenment and Industrial Revolution:	83

1.4 New Means of Transmitting Information (19th Century)	84
2. Journalism in the 20th century	85
2.1The advent of radio and television: the impact on traditional newspapers	86
2.2The impact of television on journalism	87
2.3Challenges for traditional newspapers	87
2.4 Adaptation to investigative and in-depth journalism:	88
2.5 Convergence and collaboration:	88
3.Journalism and propaganda	91
3.1Manipulation of public opinion :	92
3.2 Lasting effects on the press and journalism	93
4.The advent of digital journalism: an in-depth analysis	94
4.1Transition from paper to digital:	94
4.2 Benefits of digitisation :	95
4.3 Disadvantages of digitisation:	96
5. the crisis of business models:	99
5.1 How the internet has transformed the economic model of newspapers:	99
5.2Adapting to new digital business models:	100
5.3challenges for local and niche newspapers:	101
examples of failures:	102
6.Donations and funding from the public	104
6.1 Challenges still open:	105
6.2Challenges for the quality and veracity of information	107
7. Fake News and Post-Truth	108
7.1Fact-Checking	111
7.2The Future of Digital Journalism: An Overview	112
8.Future Prospects for Digital Journalism	113
8.1Privacy and Digital Rights	114
8.2Ethical and Professional Challenges in Digital Journalism	114
8.3How Deepfake Technology Works	117
8.4Best Practices for Detecting Deepfakes	118

Conclusion	119
Sezione lingua spagnola	120
Introducción	121
1.Periodismo digital	122
1.1Desarrollo Temprano de los Hojas de Información (Siglos XVI-XVII)	123
1.2Evolución del Periodismo (Siglos XVII-XIX)	124
2.Periodismo en la Era de la Ilustración y la Revolución Industrial	125
3.Nuevos Medios de Transmisión de Información (Siglo XIX)	125
3.1El Periodismo en el Siglo XX	126
3.2El Advenimiento de la Radio y la Televisión: Impacto en los Periódicos Tradicionales	127
3.3Impacto de la Radio en el Periodismo	127
3.4Impacto de la Televisión en el Periodismo	128
4.Desafíos para los Periódicos Tradicionales	128
4.1Desafíos Económicos para los Periódicos con la Llegada de la Radio y la Televisión	129
4.2Convergencia del Periodismo Impreso y Electrónico	130
5.Periodismo y Propaganda	130
5.1Manipulación de la Opinión Pública	131
5.3Reducción de la Credibilidad y Daño a la Prensa	132
5.4Efectos Duraderos en la Prensa y el Periodismo	132
6.Fases Iniciales de la Digitalización:	134
6.1Beneficios de la Digitalización	134
6.2Desventajas de la Digitalización	134
6.3Transformación del Modelo Económico	136
6.4exitos y desafios:	136
6.5Ventajas y Limitaciones del Modelo de Paywall Ventajas:	137
7.Desinformación y Fake News	139
7.1Impacto de la Tecnología	139
8.Futuro del Periodismo Digital:	140
8.1Tecnologías para Contrarrestar Deepfakes	141

8.2Funcionamiento de la Tecnología Deepfake	141
9.Conclusión	141
Ringraziamenti	147

Introduzione:

Il giornalismo digitale rappresenta una delle trasformazioni più significative nel panorama informativo degli ultimi decenni. Con l'avvento di internet e delle tecnologie digitali, il modo in cui le notizie vengono create, distribuite e consumate è cambiato radicalmente. Tradizionalmente il giornalismo era dominato dai mezzi di comunicazione di massa, come giornali, radio e televisioni, che controllavano l'accesso alle informazioni e le modalità di distribuzione. Tuttavia, con l'emergere del digitale, il panorama informativo è diventato più decentralizzato e accessibile, dando vita a nuove opportunità e sfide.

Il giornalismo digitale si caratterizza per l'uso di piattaforme online, come siti web, blog, social media e applicazioni mobili, per produrre e diffondere contenuti informativi. Questo approccio ha democratizzato l'informazione, permettendo a chiunque con una connessione internet di accedere e contribuire alle notizie. Allo stesso tempo, ha introdotto nuove dinamiche nel rapporto tra produttori e consumatori di notizie, influenzando le pratiche giornalistiche e il modello di business dei media.

Obiettivi della ricerca:

Questa tesi si propone di esplorare e analizzare il concetto di giornalismo digitale, concentrandosi su:

evoluzione e definizione: comprendere come il giornalismo digitale si è sviluppato rispetto ai modelli tradizionali e definire le sue principali caratteristiche e pratiche.

Tecnologie e strumenti: analizzare le tecnologie e gli strumenti che hanno facilitato la crescita del giornalismo digitale, come i social media, le piattaforme di content management.

Implicazioni per il settore: valutare le implicazioni del giornalismo digitale per la produzione e la distribuzione delle notizie, inclusi i cambiamenti nelle pratiche editoriali e nel modello di business.

Sfide ed opportunità: identificare le sfide che il giornalismo affronta, come la gestione delle "fake news" e la sostenibilità economica, le opportunità che offre per l'innovazione nel campo dell'informazione.

1 Giornalismo e comunicazione digitale :

1.1 l'informazione cartacea. I primi passi e la stampa a caratteri mobili

Il padre della stampa, Johann Gutenberg. Vissuto in Germania durante il 15° nascita dell'industria libraria e la diffusione della cultura tra persone che fino a quel momento mai avrebbero potuto permettersi di comprare un libro. La Bibbia di Gutenberg fu il primo best seller della storia. Tra il 1436 e il 1440 utilizzò per la prima volta i caratteri a stampa, tecnica che ha completamente trasformato la diffusione del sapere. Il suo sistema utilizzava cubetti di metallo con lettere in rilievo, speculari sulla faccia superiore. Questi cubetti potevano essere disposti su una base per formare righe di testo. Quando le righe venivano assemblate verticalmente, si creava una pagina in negativo. Questa, una volta fissata e inchiostrata, veniva premuta contro un foglio bianco per produrre una copia stampata. Dopo aver ottenuto il numero desiderato di copie, i caratteri venivano smontati, separati e riposti nei

rispettivi cassetti. Infine, le pagine stampate venivano rilegate per formare un libro. Gutenberg, sviluppò la sua invenzione grazie all'aiuto economico dei ricchi commercianti dell'epoca. Inizialmente stampò testi di grammatica latina su fogli singoli e libretti, ma intorno al 1450 si dedicò a un progetto più ambizioso: la stampa della Bibbia. Tra il 1454 e il 1455, Gutenberg pubblicò una versione della Bibbia che ebbe una grande diffusione. I caratteri erano progettati per somigliare ai manoscritti tradizionali, e il libro rappresentava un capolavoro di arte tipografica. Le Bibbie venivano vendute in fogli ripiegati e rilegati. Sebbene si stimi che furono stampate circa 180 copie su carta e altre su materiali più lussuosi, per l'epoca si trattava di una tiratura notevole. Nonostante il costo inferiore rispetto ai libri copiati a mano, rimaneva comunque alto, quindi le Bibbie furono acquistate principalmente da chiese e monasteri. Nel 1474 fu pubblicata a Roma dal tipografo Giovanni Filippo De Lignamine nelle aggiunte alla prima edizione della *Chronica* medievale di Riccobaldo di Ferrara, la notizia della scoperta della stampa tipografica a Magonza da parte di Johan Gutenberg. Lentamente questa tecnica fu diffusa in tutta Europa. Prima in Germania poi in Italia circa 10 anni dopo. Questa tecnica ha permesso la creazione di ottenere copie più velocemente ed economiche, influenzando tutta la sua epoca.

Enciclopedia Treccani, enciclopedia -dei – ragazzi

¹Johann Gutenberg, (Magonza 1406- 3 febbraio 1468), inventore della stampa.

² Giovanni Filippo De Lignanime, (Messina 1428), tipografo ed editore italiano, primo italiano ad aprire a Roma una tipografia per la stampa a caratteri mobili.

³ Riccobaldo da Ferrara (Ferrara, 1246- 1320) notaio e scrittore di opere mediolatine

[https://www.treccani.it/enciclopedia/johann-gutenberg_\(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/johann-gutenberg_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

1.2 Il primo sviluppo dei fogli d'informazione tra '500 e '600:

Tra il 1500 e il 1600, la storia del giornalismo cartaceo è segnata da due sviluppi fondamentali: l'emergere dei fogli d'informazione e l'adozione e perfezionamento della stampa a caratteri mobili inventata da Johan Gutenberg.

In Italia, la stampa era sotto controllo statale, ovvero del principe, questo sistema di privilegio comportava sovvenzioni, agevolazioni, e il monopolio dell'informazione politica. Ma anche limitava le autorizzazioni a stampare notizie che richiedevano l'approvazione delle opere prima della pubblicazione. Questo impediva la diffusione di notizie non gradite dal sovrano. Per eludere questa censura, nacquero i fogli avvisi manoscritti, scritti sotto forma di lettere non firmate. I primi avvisi apparvero a Roma e Venezia e consistevano generalmente in quattro fogli non rilegati, scritti su entrambi i lati. I fogli avvisi di Roma diffondevano notizie globali e aggiornamenti dal Centro e dal Mezzogiorno, mentre quelli veneziani riportavano informazioni dai principati tedeschi e dai Paesi levantini. L'esempio di Roma e Venezia si diffuse rapidamente in altre principali città italiane, come Genova e Milano. Genova, centro commerciale, pubblicava avvisi contenenti orari di arrivi e partenze delle navi, notizie sul traffico e prezzi delle merci oltre a informazioni sui pirati barbareschi che attaccavano le coste. Gli avvisi milanesi invece, riportavano notizie dalla corte spagnola in Lombardia, e dalla Svizzera. Gli avvisi si diffusero velocemente in tutta Italia e, con

periodicità settimanale, venivano spediti il sabato dai corrieri postali di Roma, Venezia, Genova e Milano. Le vendite dei fogli avvisi, venduti a 2 soldi nella Repubblica di Venezia, permettevano agli estensori anonimi di guadagnare bene. La moneta veneta da due soldi, chiamata "gaxeta", diede il nome ai fogli avvisi, che furono poi italianizzati in "gazzetta". Successivamente verso la metà del secolo le autorità pubbliche decisero di autorizzare l'uscita di fogli di notizie o gazzette a stampa. per pubblicare una gaxeta erano necessarie due licenze: la prima la "licenza di stampa", questa autorizzazione era necessaria per poter stampare e distribuire pubblicamente i fogli avvisi. Senza di essa, non era permesso pubblicare materialmente il foglio. La seconda, la licenza di "pubblicazione", era un'approvazione specifica per la pubblicazione del contenuto, che garantiva che il materiale stampato fosse conforme alle normative e alla censura dell'epoca. I fogli stampati venivano distribuiti attraverso vari canali, inclusi negozi, fiere, e distribuzioni di stampa. Le città e le piazze erano punti nevralgici per la distribuzione, e i fogli d'informazione venivano affissi su muri o distribuiti a mano.

Istituto della enciclopedia italiana, fondata da Giovanni Treccani
Giornalismo italiano a cura di Paolo Murialdi

<https://www.studocu.com/it/document/sapienza-universita-di-roma/media-comunicazione-digitale-e-giornalismo/storia-del-giornalismo-italiano-dalle-gazzette-a-internet-murialdi/59827256>
<https://www.treccani.it/enciclopedia/gazzetta-di-venezial/>

1.3 Ma la Gazzetta come ha influenzato il giornalismo?

La Gazzetta è considerata uno dei primi esempi di giornale moderno e ha avuto un impatto significativo sullo sviluppo del giornalismo. Anche se il termine “giornalismo” come lo intendiamo noi non esisteva ancora, la Gazzetta ha influenzato profondamente la diffusione delle notizie e il modo in cui le informazioni venivano raccolte, organizzate e distribuite. Iniziamo con la diffusione di notizie a larga scala: prima della nascita della Gazzetta, le notizie venivano generalmente diffuse tramite canali limitati come, lettere private, voci di popolo e raramente opuscoli o fogli volanti. La Gazzetta infatti rappresentò un cambiamento significativo, fornendo una fonte regolare di informazioni al pubblico. Ciò permise alle notizie di raggiungere un pubblico più ampio e di essere distribuite in modo più uniforme. Inoltre, la Gazzetta introdusse il concetto di pubblicazione periodica, il che significa che i lettori potevano aspettarsi un aggiornamento delle notizie a intervalli regolari, sebbene non si trattasse ancora di un giornale quotidiano come lo conosciamo oggi. Questo approccio regolare alla diffusione delle notizie diede le basi per l’idea di un giornalismo organizzato attorno a pubblicazioni periodiche, che divenne comune nei secoli successivi.

<https://www.studocu.com/it/document/sapienza-universita-di-roma/media-comunicazione-digitale-e-giornalismo/storia-del-giornalismo-italiano-dalle-gazzette-a-internet-murialdi/59827256>

<https://www.treccani.it/enciclopedia/gazzetta-di-venezia/>

Un altro degli aspetti innovativi della Gazzetta, era il fatto che poteva essere acquistata per una moneta, prezzo molto basso che la rese accessibile non solo all’élite ma anche a una parte più ampia della

popolazione. Questo modello di vendita contribuì a stabilire un precedente per la monetizzazione della stampa e la vendita di notizie, un concetto che divenne fondamentale per l'industria dei giornali. Si concentrava principalmente su notizie politiche e commerciali, molte delle quali provenivano da fonti ufficiali o diplomatiche. Tuttavia, l'idea di raccogliere e organizzare notizie da diverse fonti in un unico documento strutturato era relativamente nuova. Questo contribuì a standardizzare il modo in cui le notizie venivano presentate, influenzando lo sviluppo del giornalismo come professione dedicata alla raccolta, verifica e pubblicazione di informazioni. Il successo che la Gazzetta ha avuto, ispirò altre città e stati europei a creare pubblicazioni simili. Nei decenni successivi, vari stati iniziarono a pubblicare le proprie versioni di fogli informativi, contribuendo alla crescita del giornalismo in Europa. questo fenomeno può essere visto come il primo passo verso la creazione di un panorama mediatico internazionale. Infatti con questa tanta richiesta, alla fine del 600 inizia la censura e si creano altri interventi come il diritto di bollo, che l'editore deve pagare su ogni copia stampata, per rendere difficile la vita dei giornalisti o per limitarli a farne di nuovi. In fine la Gazzetta anche se controllata dalle autorità veneziane, rappresentava un modo per il pubblico di accedere alle notizie esterne alla propria città o regione, favorendo una maggiore consapevolezza delle dinamiche politiche e commerciali internazionali. Questo ha contribuito a una maggiore connessione tra diverse comunità e a una consapevolezza più ampia delle questioni politiche e commerciali che attraversavano l'Europa del tempo. Possiamo dire che la Gazzetta segnò l'inizio di una transizione verso un modello di informazione più sistematico e accessibile, che continuò a evolversi nei secoli successivi fino a dar vita all'industria dei giornali come la conosciamo oggi.

<https://www.studocu.com/it/document/sapienza-universita-di-roma/media-comunicazione-digitale-e-giornalismo/storia-del-giornalismo-italiano-dalle-gazzette-a-internet-murialdi/59827256>
[https://www.treccani.it/enciclopedia/gazzetta-di-venezia/t.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo italiano](https://www.treccani.it/enciclopedia/gazzetta-di-venezia/t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)

1.4 Evoluzione del giornalismo dal XVII al XIX secolo

Evoluzione del giornale e dei quotidiani

Il giornale è una pubblicazione periodica che riporta notizie e commenti su temi di attualità per il pubblico. Il termine deriva da “giorno”, poiché queste pubblicazioni venivano emesse ogni giorno, mentre il nome “quotidiano” si riferisce alla loro uscita quotidiana. I quotidiani sono generalmente stampati in bianco e nero su carta di bassa qualità. Come già detto, un giornale o quotidiano di solito esce giornalmente, è realizzato con carta non patinata, e le pagine non sono rilegate, caratteristiche che lo distinguono da una rivista. I primi giornali erano stampati su carta grigia e ruvida, con caratteri impressi con tale forza da creare un rigonfiamento sulla superficie, motivo per cui venivano stampati solo su un lato. Il primo giornale “moderno” nasce in Germania a Lipsia nel 17 secolo e fu Einkommende Zeitung. Nato come settimanale nel 1650, dieci anni dopo diventò un quotidiano con notizie di cronaca, politica ed economia.

[//www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html](http://www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html)

file:///Users/jenniferpavoncello/Downloads/32_NASCITA_GIORNALI.pdf
[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale \(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

[t.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo italiano](http://t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)

Nel 1664 nacque “la Gazzetta di Mantova” che iniziò ad essere uno strumento di comunicazione politica. Prima con uscite settimanali poi nel 1866 diventò a tutti gli effetti un quotidiano. A tutt’oggi questa Gazzetta è la più antica d’Italia e del mondo che esiste. Una delle caratteristiche di questi giornali moderni fu il suo formato, una lato misurava tra i 30-38 cm e di conseguenza una nuova impaginazione. ‘L’Oxford Gazette”in futuro “London Gazette” fu il primo giornale con l’impaginazione a colonne, nato per informare la popolazione durante l’epidemia di peste del 1665. Mentre il primo giornale con avvisi pubblicitari fu la Gazette di Parigi (1631) scritto da Theophraste Renaudot, diffondeva notizie ufficiali della corte e del governo francese. Negli stati uniti invece, I quotidiani conobbero una maggiore espansione nel Settecento, epoca della rivoluzione industriale e della rivoluzione francese. In Inghilterra, si registrò una diffusione significativa di giornali con pubblicazione giornaliera, come il Daily Courant (1702) che fu il primo quotidiano inglese che forniva notizie nazionali e internazionali cercando di presentare i fatti senza commenti, il Daily Post (1719) e I Daily Journal (1720). L’Inghilterra fu anche il luogo d’origine dei primi giornali serali e dei primi periodici di giornalismo leggero, come il “The Spectator”di Joseph Addison nel 1711-1712, derivato di “The Tatler” (1709) di Richard Steele, pubblicava recensioni, idee e spunti di riflessione che in breve tempo diventò un foglio di opinione su questioni di pensiero, letteratura, politica e storia. Nel 1785 John Walter lancia il suo Daily Universal Register che presto cambia nome in “The Times” il quale è pubblicato ancora oggi. In Italia, intorno alla metà del 1700, nacquero i giornali ispirati a quelli stranieri, come la “Gazzetta di Parma”, nata nel 1735 destinata a trasformarsi in quotidiano nel 1850. A

Venezia la “Gazzetta Veneta” (1760) e a Milano “Il Caffè”, pubblicato dal 1764 al 1766. A Torino, nel 1867, venne fondato il più antico quotidiano a scala nazionale: la “Gazzetta Piemontese”, che cambiò nome nel 1894 in “La Stampa”. Nell’ottocento la diffusione dei quotidiani aumentò progressivamente grazie all’alfabetizzazione e all’industrializzazione. Nel novecento grazie all’avvento della società di massa, i giornali si diffusero in tutto il mondo. In America invece, nell’ottocento compaiono i penny press così nasce il giornalismo moderno. Con i penny press si stabiliscono le prime regole fondamentali del giornalismo, tra cui la celebre regola delle cinque W (who, what, where, when, why). Questo periodo segna anche la definizione del concetto moderno di notizia e la nascita dei diversi generi giornalistici, contribuendo alla professionalizzazione della stampa e alla strutturazione di un linguaggio comune per la comunicazione delle informazioni al pubblico.

⁴ Theophraste Renaudot, (1586 Regno di Francia- 25 ottobre 1653 Parigi, Francia), giornalista, medico e filantropo francese.

⁵ Joseph Addison (Milston 1 maggio 1672- Kensington 17 giugno 1719) è stato uno scrittore e drammaturgo britannico

⁶ John Walter (Londra 1 gennaio 1738 - Teddington,16 novembre 1812) è stato un imprenditore britannico, fondatore del quotidiano Times

[//www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html](http://www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html)

file:///Users/jenniferpavoncello/Downloads/32_NASCITA_GIORNALI.pdf

[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_\(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)

4
5
6

1.5 Ma chi finanziava questi giornali?

Durante questi secoli i giornali venivano finanziati principalmente attraverso: le vendite e abbonamenti. I lettori compravano singole copie o si abbonavano per ricevere il giornale regolarmente. Ma anche attraverso la pubblicità, le imprese pagavano per le inserzioni, e i governi pubblicavano avvisi, fornendo un'importante fonte di reddito. Inoltre alcuni giornali ricevevano sovvenzioni o contratti governativi per pubblicare informazioni ufficiali che garantissero che le informazioni favorevoli al governo fossero diffuse. Un altro metodo usato fu quello dell'uso della carta economica con nuove tecnologie di stampa, così da ridurre i costi di produzione. Infine alcuni giornali vendevano supplementi o pubblicavano libri per incrementare le entrate.

[//www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html](http://www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html)

file:///Users/jenniferpavoncello/Downloads/32_NASCITA_GIORNALI.pdf

[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale \(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/t.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo italiano](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)

2. Il giornalismo nel periodo dell'illuminismo e della rivoluzione industriale:

Durante il periodo dell'illuminismo e della rivoluzione industriale, il giornalismo conobbe una crescita significativa, influenzata da fattori socio-economici come l'aumento dell'alfabetizzazione e la crescita urbana. Questi cambiamenti sociali e culturali non solo

ampliarono il pubblico dei giornali, ma anche il loro ruolo come strumento di formazione dell'opinione pubblica.

Illuminismo e l'aumento dell'alfabetizzazione:

L'illuminismo, con il suo enfasi sull'istruzione, la ragione e la conoscenza, promosse una maggiore diffusione dell'alfabetizzazione. Le scuole pubbliche si diffusero, soprattutto in Europa e negli Stati Uniti, rendendo la letteratura e la scrittura accessibili ad un numero crescente di persone. Questo ampliamento di lettori influenzò la richiesta di giornali e altri materiali stampati. I giornali divennero veicoli fondamentali per la diffusione delle idee illuministe, contribuendo a formare l'opinione pubblica su questioni come i diritti umani, la separazione dei poteri e la critica delle istituzioni tradizionali. Come accennato prima, i periodici come il "The Spectator" in Inghilterra e il "Caffè" in Italia, furono fondati per discutere temi filosofici, sociali e politici. Questi giornali spesso pubblicavano articoli, saggi e lettere di importanti filosofi dell'epoca, come Voltaire, Rousseau e Montesquieu.

L'aumento dell'alfabetizzazione e la crescente disponibilità di pubblicazioni economiche permisero a un numero sempre maggiore di persone di accedere alle informazioni. Questo ampliamento del pubblico favorì una maggiore partecipazione del cittadino alla vita pubblica e politica.

[t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano](https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)

<https://www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html>

[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_\(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

2.1il Giornalismo durante la rivoluzione industriale

Tecnologia della stampa: la rivoluzione industriale portò innovazioni tecnologiche che cambiarono radicalmente il giornalismo. La stampa a vapore, introdotta nei primi anni XIX secolo, permise di produrre giornali a un ritmo molto più veloce e a un costo inferiore, rendendo possibile la pubblicazione di quotidiani a larga tiratura. Con la crescita delle città e l'espansione della classe media, il pubblico dei giornali si ampliò notevolmente. I giornali iniziarono a rivolgersi non solo all'alta borghesia ma anche a un pubblico più vasto, con contenuti che spaziavano dalle notizie politiche agli annunci commerciali, fino agli articoli di interesse generale. Questo fenomeno ha portato alla nascita del giornalismo di massa. I giornali divennero un mezzo di comunicazione di massa, influenzando profondamente l'opinione pubblica e il dibattito politico. Inoltre in questo periodo iniziò la specializzazione dei giornali, che trattavano settori specifici come: l'economia, lo sport, la scienza e la cultura. Questo rifletteva l'evoluzione della società e la diversificazione degli interessi del pubblico. La rivoluzione industriale e i momenti politici del tempo, portarono anche un dibattito acceso sulla libertà di stampa. Mentre alcuni governi cercavano di controllare i contenuti dei giornali attraverso censure e regolamenti. In molti paesi si lottava per una maggiore libertà di espressione, un diritto che cominciava a essere riconosciuto come fondamentale per una società democratica. In sintesi durante l'illuminismo, il giornalismo fu un

veicolo per la diffusione delle idee filosofiche e politiche, contribuendo alla formazione dell'opinione pubblica. Con la rivoluzione industriale, il giornalismo si evolse ulteriormente grazie alle innovazioni tecnologiche e alla crescente domanda di notizie, diventando uno strumento essenziale nella vita quotidiana delle persone e un potente mezzo di influenza sociale e politica.

[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_\(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

3.La produzione di notizie in serie

Con l'aumento della domanda di notizie, le redazioni sentono l'esigenza di garantire una copertura giornaliera costante, per riempire le pagine dei giornali senza tralasciare eventi rilevanti. Per soddisfare questa necessità, nascono le agenzie di stampa. La prima viene fondata a Parigi nel 1835 da Charles- Louis Havas, successivamente nel 1849 il tedesco Bernhard Wolff, dopo aver lavorato con Havas, avvia la prima agenzia di notizie tedesca a Berlino, la Wolffs Telegraphisches Bureau. In seguito, Paul Julius Reuter, ex collega di Wolff, fondò il Reuter Telegraphic Office a Londra. Negli Stati Uniti, dal 1848, diversi giornali di New York si uniscono formando la New York Associated press, che dopo ulteriori fusioni, diventerà la Associated Press nel 1857. L'elevato costo delle trasmissioni obbliga le agenzie a comunicare notizie in modo conciso. Ciò modifica lo stile giornalistico, rendendolo più sintetico e funzionale, con una prosa meno letteraria. L'autorialità passa in secondo piano, a favore di un linguaggio standardizzato e diretto, caratterizzato da un'informazione essenziale e narrativa ridotta. La guerra di Crimea 1853-1856 ,rappresenta il primo conflitto ad essere documentato direttamente dal campo da giornalisti inviati sul posto. Tra i pionieri vi fu William Howard Russell, corrispondente per il quotidiano "The Times",

che fornì resoconti diretti dal fronte. Accanto a lui, i primi fotografi di guerra, come Roger Fenton dell' "illustrated news", iniziarono a immortalare il conflitto visivamente, offrendo al pubblico un'inedita rappresentazione della guerra attraverso le immagini, influenzando profondamente la percezione dei conflitti da parte dell'opinione pubblica.

⁷ Charles - Louis Havas (Rouen, 5 luglio 1783 - Bougival, 21 maggio 1858) scrittore, giornalista e traduttore francese, fondatore della agenzia di stampa Agence Havas, progenitrice dell'agente France - Presse

⁸ Bernhard Wolff (berlino 3 marzo 1811 - 11 maggio 1879), giornalista tedesco, editore del Vossische Zeitung, fondatore del National Zeitung

⁹ Paul Julius Reuter (Kassel, 21 luglio 1816- Nizza, 25 febbraio 1899), imprenditore e giornalista tedesco naturalizzato britannico, pioniere della telegrafia, fondatore dell'agenzia di stampa Reuters.

¹⁰ William Howard Russell, (Dublino, 28 marzo 1820 - Londra, 11 Febbraio 1907), giornalista irlandese

¹¹ Roger Fenton (Heywood, 28 marzo 1819 - Londra, 8 agosto 1869), è stato un fotografo inglese, primo fotoreporter di guerra nella storia della fotografia.

[t.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo](http://t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo)

[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale \(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

3.1 Nuovi strumenti di trasmissione dell'informazione

Nella prima metà del 19 secolo, il principale mezzo per inviare lettere e messaggi era ancora il servizio postale, anche se non mancava l'utilizzo di piccioni viaggiatori, capaci di coprire la distanza tra

7
8
9
10
11

Londra e Parigi (circa 380km) in 6-7 ore. Tuttavia, con l'invenzione delle informazioni subì una svolta. Il telegrafo permette di inviare circa 30 parole al minuto, e presto venne sviluppata una rete telegrafica nazionale in paesi come Gran Bretagna (con 6.400 km di linee telegrafiche già nel 1852), Francia e Stati Uniti. Nel 1858 si realizzò il primo collegamento telegrafico tra Gran Bretagna e il continente, e nel 1866 venne posato il primo cavo transatlantico che collegava l'Inghilterra e l'America del Nord.

Nel 1874 venne introdotto il sistema Baudot, che aumentò la velocità di trasmissione a 100 parole al minuto, favorendo la nascita del telex o telescrivente, strumento che divenne fondamentale nelle redazioni giornalistiche. Questo permise, ad esempio, al New York Herald di stabilire una redazione a Parigi nel 1887, collegata telegraficamente con quella newyorkese, consentendo la pubblicazione di notizie fresche dagli Stati Uniti per i lettori europei. Allo stesso modo, il proprietario del londinese Daily Mail utilizzò il telegrafo per produrre un'edizione identica del giornale a centinaia di chilometri di distanza, a Manchester, trasmettendo circa 400.000 caratteri durante la notte. Questi progressi favorirono la nascita di nuove professioni, come lo stenografo e il dattilografo, quest'ultimo dopo la produzione della macchina da scrivere. L'invenzione del telefono, a partire dal 1880, contribuì ulteriormente alla velocità di trasmissione delle notizie, migliorando la dettatura rapida. Mentre i quotidiani sfruttarono rapidamente queste nuove tecnologie, i periodici impiegarono più tempo a trovare un formato ideale. Nella seconda metà del XIX secolo, questi riuscirono a integrare testo e immagini nella stessa pagina, unendo il testo con illustrazioni realizzate tramite incisioni su legno e pietra (litografie). Anche nel campo pubblicitario, i periodici si distinsero dai

quotidiani, inserendo pubblicità illustrate, mentre i giornali includevano solo testi.

https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo

4. Il giornalismo nel XX secolo

Nel corso del Novecento, i giornali hanno visto crescere la loro importanza all'interno della società, acquisendo un'influenza sempre maggiore nelle scelte politiche e nell'orientamento dell'opinione pubblica. L'avanzamento tecnologico ha permesso di velocizzare la diffusione delle notizie e di aumentare il pluralismo delle informazioni, ma nonostante questo, la libertà di stampa continuava ad essere vulnerabile e poteva essere limitata o soppressa dalle autorità, come accaduto in passato. Durante la Prima guerra Mondiale, i giornali vennero utilizzati da tutti i paesi coinvolti come strumenti di propaganda patriottica. Le autorità imposero la censura preventiva con la giustificazione che le notizie potessero essere sfruttate dal nemico. In questo contesto, il senatore americano Hiram W. Johnson osservò: "quando scoppia la guerra, la prima vittima è la verità". Anche nei conflitti successivi, il controllo delle informazioni da parte delle autorità militari divenne una prassi comune. I regimi totalitari che emersero in Europa nella prima metà del Novecento, come il fascismo, nazismo e il comunismo, sfruttarono i mezzi di comunicazione, trasformandoli in strumenti per influenzare pesantemente l'opinione pubblica e imporre il consenso tramite una stampa controllata e servile. Nei paesi democratici, al contrario, la stampa continuò a svilupparsi nonostante le difficoltà. Tuttavia, i grandi gruppi editoriali si trasformarono in potenti imprese centralizzate, sollevando problemi legati alla concentrazione del potere

informativo. Verso la fine del secolo, la stampa ha preso parte della sua centralità a causa della crescente concorrenza di altri mezzi di comunicazione di massa, come la radio, il cinema e soprattutto la televisione. Questi nuovi media imposero ai giornali di adattarsi a modelli di comunicazione differenti. L'avvento della rivoluzione informatica e della comunicazione in tempo reale, nel contesto di un mondo sempre più globalizzato, hanno offerto nuovi orizzonti per il giornalismo, con un forte spostamento verso l'informazione digitale.

¹² Hiram Johnson, (sacramento, 2 settembre 1866 - Bethesda, 6 agosto 1945) politico statunitense.

[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_\(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)
https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo

4.1 L'avvento della radio e della televisione: l'impatto sui giornali tradizionali

L'introduzione della radio negli anni '20 e della televisione negli anni '40-'50 ha segnato una svolta significativa nel panorama mediatico, influenzando profondamente il giornalismo tradizionale su carta. Questi nuovi media hanno cambiato il modo di fare giornalismo e rappresentano sfide cruciali per i giornali, obbligando l'industria della stampa a reinventarsi per mantenere la propria rilevanza.

4.2 L'impatto della radio sul giornalismo

Accesso immediato all'informazione: la radio ha introdotto la possibilità di trasmettere notizie in tempo reale. Questo ha rappresentato

12

una grande innovazione rispetto ai giornali, che avevano una frequenza di pubblicazione limitata (quotidiana o settimanale). Con la radio, gli ascoltatori potevano ricevere aggiornamenti su eventi importanti e breaking news in modo immediato, senza dover aspettare la pubblicazione dei giornali. Inoltre la radio ha portato un nuovo livello di intimità e personalità al giornalismo. Le voci dei cronisti e dei presentatori sono diventate familiari agli ascoltatori, creando un rapporto diretto e personale con il pubblico. Questa novità aumentò il coinvolgimento emotivo del pubblico, che poteva sentire le voci dei reporter sul campo o delle personalità politiche. Possiamo dire che la radio estese l'accesso alle notizie anche a coloro che non erano alfabetizzati, ampliando il pubblico dell'informazione. In questo modo, la radio ha reso il giornalismo accessibile a una parte più ampia della popolazione.

<https://www.unibo.it/UniboWeb/UniboSearch/results.aspx?lang=it&query=gionalismo>

<https://thesis.unipd.it/handle/20.500.12608/51264>

4.3L'impatto della televisione sul giornalismo

Immagini e audio in tempo reale: l'integrazione di immagini visive ha rivoluzionato il modo di fare giornalismo. La televisione permetteva di vedere direttamente eventi, discorsi politici, e notizie importanti come mai prima. Questo aggiunse un nuovo livello di credibilità e impatto emotivo, rendendo le notizie più vive e immediate. Eventi storici come l'atterraggio sulla luna nel 1969 o l'assassinio di John F.

Kennedy furono seguiti in tempo reale da milioni di persone. Inoltre possiamo anche parlare della cronaca visiva e della narrazione. La televisione trasformò la narrazione giornalistica, con il video che diventò la chiave per raccontare storie. I reportage visivi consentivano di “mostrare” piuttosto che “raccontare” un evento, rendendo l’esperienza più immersiva e coinvolgente. Programmi di notizie e talk show: i telegiornali quotidiani e i programmi di approfondimento, portarono la copertura delle notizie a un nuovo livello, spostando il focus del pubblico dai giornali alla televisione. Gli orari di punta per i notiziari divennero momenti centrali nella giornata di molte persone.

5. Le sfide per i giornali tradizionali

Competizione sui tempi di pubblicazione: sia la radio che la televisione fornivano notizie in tempo reale, mentre i giornali pubblicavano solo una volta al giorno. Questo rese la carta stampata meno attraente per chi voleva aggiornamenti immediati. I giornali dovettero riaffrontare la sfida di rimanere rilevanti in un ambiente dove le notizie erano già state diffuse prima che il giornale arrivasse nelle mani dei lettori. Il declino delle tirature e delle entrate pubblicitarie: con l’aumento della popolarità della radio e, più tardi della televisione, le tirature dei giornali iniziarono a calare, questo declino influì negativamente sugli introiti pubblicitari, poiché le aziende spostarono i loro investimenti verso i nuovi media. Gli spot radiofonici e televisivi

offrivano maggiore visibilità rispetto agli annunci pubblicati su giornali e riviste.

5.1 Adattamento al giornalismo d'inchiesta e di approfondimento:

Per sopravvivere in un ambiente in cui radio e televisione dominavano l'informazione immediata, i giornali iniziarono a specializzarsi in giornalismo investigativo e approfondimenti che richiedevano più tempo per essere elaborati. Mentre radio e tv fornivano una copertura veloce delle notizie, i giornali potevano offrire analisi dettagliate, commenti e inchieste più complete su temi complessi.

Riorganizzazione della produzione: i giornali dovettero ripensare i loro modelli produttivi, spostando l'attenzione dal semplice reporting alla produzione di contenuti esclusivi, approfonditi e riflessivi. Articoli di opinione, editoriali e reportage investigativi divennero la spina dorsale dei giornali, mentre la copertura delle "breaking news" passò ai media elettronici.

5.2 Convergenza e collaborazione:

Con il tempo, i giornali iniziarono a collaborare con i nuovi media. Giornalisti e redattori cartacei cominciarono a comparire anche in programmi radiofonici e televisivi, ampliando la propria visibilità e cercando di creare una sinergia tra i diversi mezzi di comunicazione.

Sopravvivenza del giornalismo stampato: nonostante la concorrenza crescente dei media elettronici. I giornali hanno mantenuto una loro nicchia distintiva, facendo leva sulla loro credibilità e sulla capacità di

offrire analisi approfondite. A differenza della radio e della televisione, che si concentravano su notizie veloci e aggiornamenti immediati, la stampa ha saputo distinguersi grazie alle inchieste di qualità e reportage dettagliati, offrendo un valore aggiunto in termini di riflessione e approfondimento dei temi trattati.

¹³ John F. Kennedy (Brookline, 29 maggio 1917 - Dallas, 22 novembre 1963), politico statunitense, 35° presidente degli Stati Uniti d'America

<https://www.unibo.it/UniboWeb/UniboSearch/results.aspx?lang=it&query=giornalismo>

<https://thesis.unipd.it/handle/20.500.12608/51264>

Ma analizziamo più profondamente:

In che modo la radio ha cambiato il modo di diffondere le notizie e qual'è stato il suo impatto sul giornalismo tradizionale durante il primo novecento? L'introduzione della radio negli anni '20 ha rivoluzionato la diffusione delle notizie, permettendo una copertura immediata degli eventi rispetto alla stampa. Le notizie potevano ora raggiungere un pubblico più vasto e in tempo reale, riducendo il gap tra l'evento e la sua comunicazione. Ciò ha fatto emergere il giornalismo dal vivo, che richiedeva una sintesi e chiarezza immediata, spingendo i giornali a concentrarsi su analisi e approfondimenti per distinguersi dalla radio. La radio ha inoltre democratizzato l'informazione, rendendo più accessibili le notizie a persone che magari non leggevano regolarmente i giornali.

p.la/primary-source-sets/the-impact-of-television-on-news-media

<https://studymasscom.com/journalism/broadcast-journalism/>

In che misura la televisione ha modificato le aspettative del pubblico riguardo alla copertura giornalistica, soprattutto in termini di immediatezza e accesso visivo alle notizie?

La televisione ha introdotto una componente visiva e immediata nel giornalismo, rendendo le notizie più coinvolgenti attraverso immagini dal vivo e report visivi. Le aspettative del pubblico si sono spostate verso una copertura immediata e spettacolare degli eventi, come i reportage di guerra o i disastri naturali. I giornali, da parte loro, hanno dovuto adattarsi, offrendo un contesto più approfondito e analisi che la televisione, per la sua natura veloce e spesso superficiale, non riusciva a fornire. Questo ha portato alla coesistenza di due tipi di giornalismo: immediato e visuale da una parte, riflessivo e analitico dall'altra.

<https://dp.la/primary-source-sets/the-impact-of-television-on-news-media>

Quali sono state le principali sfide economiche che i giornali hanno dovuto affrontare con l'avvento della radio e della televisione, in termini di tiratura e introiti pubblicitari?

Con l'aumento della popolarità della radio e tv, i giornali hanno visto ridursi la loro tiratura e, di conseguenza, i ricavi pubblicitari. Le aziende pubblicitarie preferivano investire in radio e tv in quanto offrivano un pubblico più vasto e diretto. Questo ha costretto molti giornali a ridurre i costi di produzione e a cercare nuove strategie per mantenere i lettori, come abbonamenti e promozioni.

<https://dp.la/primary-source-sets/the-impact-of-television-on-news-media>

Come i giornali hanno adattato i loro contenuti e strategie editoriali per competere con le notizie in tempo reale, offerte dalla radio e dalla televisione ?

Per competere con la velocità e l'immediatezza della radio e della televisione, i giornali hanno cambiato il loro approccio editoriale, concentrandosi maggiormente su contenuti analitici, investigativi e di approfondimento. Inoltre, hanno iniziato a collaborare con giornalisti televisivi e radiofonici, integrando i vari mezzi di comunicazione. Questo adattamento ha portato a un giornalismo più focalizzato su inchieste e articoli di opinione, rispetto alla semplice cronaca.

<https://dp.la/primary-source-sets/the-impact-of-television-on-news-media>

In che modo la convergenza tra giornalismo stampato e media elettronici ha influenzato il panorama mediatico?

La convergenza tra stampa e media elettronici ha portato a una maggiore collaborazione tra giornalisti tradizionali e nuovi media, con l'integrazione di video, live streaming, e contenuti multimediali anche nei giornali. Questa integrazione ha arricchito il panorama mediatico, consentendo ai giornali di sopravvivere nel mondo digitale, attraverso nuovi formati come podcast, app di notizie, offrendo contenuti multi canale che sfruttano al massimo i punti di forza di ciascun mezzo.

<https://studymasscom.com/journalism/broadcast-journalism/>

6. Giornalismo e propaganda

Durante le guerre mondiali e nei regimi totalitari, il giornalismo è stato frequentemente utilizzato come strumento di propaganda, giocando un ruolo cruciale nel plasmare l'opinione pubblica. Giornalismo come strumento di propaganda: nel corso della Prima Guerra Mondiale, i governi coinvolti nel conflitto sfruttarono il giornalismo e i media di massa per giustificare la guerra e demonizzare il nemico. La propaganda includeva manifesti, film, giornali e trasmissioni radiofoniche, volti a mobilitare le risorse umane e materiali per lo sforzo bellico, oltre a mantenere alto il morale delle popolazioni civili. Negli Stati Uniti, la Committee on Public Information guidò una massiccia campagna di propaganda, destinata non solo agli adulti ma anche ai bambini, con l'obiettivo di instillare senso di patriottismo fin dalla giovane età.

<https://www.historyskills.com/classroom/year-9/wwi-propaganda/>

Durante il periodo dei regimi totalitari, come quello razzista in Germania e quello fascista in Italia, il controllo dei media fu centrale per promuovere la propaganda di Stato. I giornalisti, sotto rigida censura, furono spesso costretti a veicolare messaggi che sostenevano le ideologie di regime, mentre la stampa indipendente veniva ridotta al silenzio.

<https://mupages.marshall.edu/sites/masscommhistorybibliography/mass-media-in-wartime/>

6.1 Effetti sulla credibilità dei media:

Durante i regimi totalitari del XX secolo, la manipolazione dei media divenne un elemento centrale delle strategie di controllo sociale e politico. La credibilità dei mezzi di comunicazione venne gravemente compromessa, poiché i regimi sfruttarono i giornali, la radio e successivamente la televisione per costruire una realtà distorta che serviva a rafforzare il potere e manipolare l'opinione pubblica. Durante il fascismo, il nazismo e il comunismo sovietico, i media furono trasformati in strumenti di propaganda di Stato. La stampa, una volta considerata un baluardo di libertà e pluralismo, divenne un apparato attraverso il quale le dittature potevano imporre una narrativa univoca. Joseph Goebbels, ministro della propaganda del Terzo Reich, è l'esempio più noto di come il controllo dei media fosse utilizzato per orientare il pensiero collettivo. Le notizie venivano filtrate, alterate o fabbricate per esaltare i successi del regime, demonizzare i nemici e sopprimere ogni forma di dissenso. Uno degli strumenti più potenti a disposizione dei regimi totalitari era la censura. Tutti i contenuti mediatici venivano attentamente scrutinati prima di essere pubblicati. Qualsiasi notizia che potesse minare la stabilità del regime o stimolare il dissenso, veniva sistematicamente eliminata o modificata. La censura preventiva, già utilizzata durante conflitti come la Prima guerra mondiale, fu estesa su larga scala. I giornalisti dovevano conformarsi alle direttive dello Stato, perdendo la libertà di investigare e riportare eventi in maniera oggettiva. Ciò creò un ambiente di auto-censura, dove la paura di ripercussioni condizionava il lavoro giornalistico e la qualità delle informazioni trasmesse al pubblico.

<https://mupages.marshall.edu/sites/masscommhistorybibliography/mass-media-in-wartime/>

<https://www.historyskills.com/>

6.2 Manipolazione dell'opinione pubblica

Il controllo stretto dei media portò a una radicale manipolazione dell'opinione pubblica. In Germania, sotto il nazismo, la propaganda riuscì a plasmare l'immagine del Fuhrer come una figura infallibile e carismatica, mentre in Unione Sovietica la stampa e la radio celebravano l'infallibilità di Stalin. In Italia, Benito Mussolini utilizzò i media per creare il mito dell'uomo forte e onnipotente. Questi leader totalitari riuscirono a utilizzare i media per manipolare non solo le informazioni, ma anche le percezioni della popolazione, orientando le emozioni e i comportamenti delle masse. I media furono quindi strumenti di legittimazione del potere, capaci di ingannare le persone facendole sentire parte di una comunità nazionale forte e unita, mentre si eliminava qualsiasi possibilità di confronto democratico.

¹⁴ Joseph Stalin (18 dicembre 1878- 5 marzo 1953) segretario generale del partito comunista dell'Unione Sovietica

¹⁵ Benito Mussolini (29 luglio 1883 - 28 aprile 1945) fondatore del fascismo e presidente del consiglio del Regno d'Italia, dittatore d'Italia.

<https://mupages.marshall.edu/sites/masscommhistorybibliography/mass-media-in-wartime/>

<https://www.historyskills.com/>

6.3 La riduzione della credibilità e il danno alla stampa

La stampa, come risultato di questo controllo totalitario, perse completamente la sua credibilità. Il pubblico, consapevole del fatto

14

15

che i media erano assertivi al potere politico, iniziò a diffidare delle informazioni che riceveva. La funzione principale dei media, ovvero informare in modo indipendente e critico, fu sovvertita. Questo processo contribuì alla progressiva disintegrazione del giornalismo libero e pluralistico. Nei regimi totalitari, il giornalismo indipendente fu praticamente cancellato, sostituito da una stampa allineata e subordinata agli interessi del potere.

<https://mupages.marshall.edu/sites/masscommhistorybibliography/mass-media-in-wartime/>

<https://www.historyskills.com/>

6.4 Effetti duraturi sulla stampa e sul giornalismo

Anche dopo la caduta dei regimi totalitari, le ferite inflitte alla credibilità della stampa si fecero sentire a lungo. La difficoltà nel ristabilire una stampa libera e credibile, soprattutto nei paesi che avevano subito decenni di propaganda, fu un processo lento. In molti casi, l'idea stessa di giornalismo rimase sospetta agli occhi del pubblico, che aveva vissuto in un contesto di costante disinformazione. Il giornalismo post-regime dovette confrontarsi non solo con le nuove sfide della libertà di espressione, ma anche con la necessità di ricostruire un rapporto di fiducia con i lettori.

In sintesi i regimi totalitari del XX secolo hanno profondamente alterato la relazione tra media e società, trasformando i mezzi di comunicazione da strumento di informazione a veicolo di propaganda. La censura, la manipolazione e il controllo serrato hanno minato la credibilità dei media, lasciando un'eredità negativa che ha richiesto decenni per

essere superata. Anche oggi, il dibattito sull'indipendenza e l'etica dei media, trova le sue radici in quel periodo di grave distorsione dell'informazione.

<https://mupages.marshall.edu/sites/masscommhistorybibliography/mass-media-in-wartime/>

<https://www.historyskills.com/>

7. L'avvento del giornalismo digitale: un'analisi approfondita

Transizione dal cartaceo al digitale

La transizione dal cartaceo al digitale ha rappresentato uno dei cambiamenti più significativi per il giornalismo moderno, influenzando profondamente il modo in cui le notizie vengono prodotte, distribuite e consumate. Il processo di digitalizzazione del giornalismo è iniziato negli anni '90, in concomitanza con la diffusione globale di internet, che ha aperto la strada a nuove forme di comunicazione e all'accesso istantanea alle informazioni.

Le prime fasi della digitalizzazione:

Nel 1993, testate giornalistiche statunitensi come il San Jose Mercury News, furono tra le prime a creare versioni online dei loro giornali. Tuttavia, le prime esperienze non ottennero un immediato successo. Le versioni digitali erano spesso delle semplici copie della versione cartacea, prive di contenuti aggiuntivi o di aggiornamenti in tempo reale, e richiedevano spesso un abbonamento, cosa che scoraggiava i lettori. Nonostante ciò, queste prime iniziative, segnarono l'inizio di una trasformazione epocale nel settore.

In Italia, L'Unione Sarda fu il primo quotidiano a lanciare una versione online nel 1994, questo momento segnò l'inizio di una nuova era per l'editoria italiana, anche se, come negli Stati Uniti, il successo iniziale non fu immediato.

<https://www.poynter.org/search/?q=digital+journalism>

<https://online.maryville.edu/>

7.1 Vantaggi della digitalizzazione

Uno dei principali vantaggi della digitalizzazione per le testate giornalistiche, è stato l'accesso a un pubblico globale. Internet ha eliminato le barriere geografiche, consentendo ai lettori di accedere alle notizie da qualsiasi parte del mondo. Le notizie non erano più legate ai confini fisici della distribuzione della carta stampata, permettendo alle testate di ampliare il loro bacino di utenza.

Inoltre, la capacità di aggiornare le notizie in tempo reale ha cambiato radicalmente la velocità dell'informazione. Le redazioni potevano ora pubblicare contenuti e aggiornamenti continui, rispondendo alla crescente domanda del pubblico di notizie tempestive e dettagliate. Dal punto di vista economico, la digitalizzazione ha ridotto i costi associati alla stampa e alla distribuzione fisica dei giornali, permettendo alle redazioni di risparmiare e concentrarsi su altre aree come la qualità editoriale e l'espansione digitale.

<https://www.poynter.org/search/?q=digital+journalism>

<https://online.maryville.edu/>

https://www.alliancemagazine.org/feature/digital-technologies-and-the-common-good/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwmOm3BhC8ARIsAOSbapUMUU-GgAY0lytBKcek4INUtSaMqezhp99AJWW-hmA9dNJi4oRbkQaAojcEALw_wcB

7.2 Svantaggi della digitalizzazione

Nonostante i vantaggi, la digitalizzazione ha anche comportato una serie di sfide per i giornali tradizionali. Il calo delle vendite delle edizioni cartacee è stato un problema immediato, con molti lettori che hanno optato per le versioni gratuite online piuttosto che per l'acquisto di un quotidiano. Questo ha avuto un impatto diretto sulle entrate pubblicitarie, un'area chiave di finanziamento per molte testate. La concorrenza con altre piattaforme online, incluse le agenzie di news digitali e i blog, ha spinto i giornali tradizionali a trovare nuovi modi di differenziarsi e monetizzare i propri contenuti. Molti hanno introdotto modelli di abbonamento, ma non tutti sono riusciti a trovare il giusto equilibrio tra la fruibilità gratuita e quella a pagamento.

Inoltre, l'accesso illimitato all'informazione ha posto nuove sfide in termini di qualità e verificabilità delle notizie. La competizione per ottenere visualizzazioni ha portato in alcuni casi alla proliferazione di fake news e di articoli sensazionalistici, influenzando negativamente la fiducia del pubblico nei confronti dei media.

Impatti per i giornalisti

Per i giornalisti, la digitalizzazione ha modificato profondamente i metodi di lavoro. Il loro ruolo si è evoluto da quello di semplici produttori di notizie a curatori di contenuti, costretti a gestire volumi di informazioni in

continua crescita e a competere con la velocità dell'informazione online. Gli strumenti digitali, però, hanno anche offerto nuove opportunità, come la possibilità di monitorare in tempo reale le reazioni del pubblico e di sperimentare nuovi formati multimediali.

Quali sono stati i primi giornali a passare al digitale?

Tra i primi giornali a sperimentare il digitale sono: il San Jose Mercury News 1993 e L'Unione sarda 1994. Queste testate pionieristiche hanno segnato il punto di partenza della trasformazione digitale del giornalismo.

Quali vantaggi e svantaggi ha portato la digitalizzazione per giornalisti e testate?

I vantaggi includono l'accesso globale, la possibilità di aggiornamenti in tempo reale e la riduzione dei costi di produzione. Tra gli svantaggi, vi sono la difficoltà di monetizzare i contenuti, il calo delle vendite della carta stampata e l'impatto sulla qualità delle notizie dovuto alla pressione di pubblicare rapidamente.

<https://www.poynter.org/search/?q=digital+journalism>

<https://online.maryville.edu/>

https://www.alliancemagazine.org/feature/digital-technologies-and-the-common-good/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwmOm3BhC8ARIsAOSbapUMUU-GgAY0lytBKcek4INUtSaMqezhp99AJWW-hmA9dNji4oRbkQaAojcEALw_wcB

<https://primopianonotizie.com/evoluzione-del-giornalismo-in-italia-e-il-suo-impatto-sulla-societa>

Nel 1994, l'avvento del World Wide Web segna l'inizio dell'era delle reti digitali. Da quel momento, una serie di accordi sugli

standard tecnologici, come la fibra ottica a banda larga, satelliti e reti senza fili, hanno trasformato radicalmente il panorama dell'informazione. Internet ha rivoluzionato il mercato della comunicazione, mettendo in crisi la carta stampata, poiché il web è diventato un canale sempre più dominante per la diffusione delle notizie. Di conseguenza, i principali quotidiani e periodici hanno iniziato a registrare un calo nella loro diffusione. Le aziende, intanto, hanno cominciato a investire maggiormente sulle pubblicità online, costringendo i giornali tradizionali a trovare nuove strategie per mantenere la propria rilevanza in un mercato sempre più dominato dall'informazione digitale.

Il giornalismo online, nasce negli Stati Uniti nel 1992, quando alcune piccole testate iniziano a sperimentare la pubblicazione sul web, per aumentare la propria visibilità. Nel 1993, anche i grandi giornali fanno il loro debutto online, ma con scarso successo: le versioni digitali a pagamento erano solo repliche di quelle cartacee, e pochi lettori erano disposti a pagare per qualcosa che potevano acquistare in forma fisica. Il primo giornale a pubblicare contenuti sul web fu il San Jose Mercury News nel 1993. In Italia, la prima testata online fu "L'Unione Sarda" nel 1994. Secondo Paolo Liguori, internet è il mezzo di informazione più all'avanguardia, capace di aggiornare le notizie in tempo reale, senza confini geografici. Inoltre, la multimedialità offerta dalla rete, consente un nuovo modo di fare informazione, destinata a diffondersi anche su televisione e dispositivi mobili, in un ecosistema digitale che permette di passare facilmente da una piattaforma all'altra.

Secondo Claudio Calabi, amministratore delegato del "Sole 24 Ore", il rapido sviluppo tecnologico imponeva una riorganizzazione dei modelli di lavoro nel giornalismo. Il potere dei media digitali risiedeva soprattutto nelle mani dell'industria delle telecomunicazioni. Internet e i nuovi media rappresentano nuove opportunità e sfide per i giornalisti, incidendo su

livelli di professionalità, sui metodi di lavoro e sulle prospettive occupazionali.

Il giornale cartaceo e quello digitale, pur condividendo lo stesso obiettivo, si distinguono per caratteristiche e potenzialità differenti. Il primo è un prodotto finito, mediato dal giornalista, che decide quali notizie meritano priorità. Il secondo, invece, è un prodotto aperto e interattivo, dove il lettore ha un ruolo centrale nella selezione delle notizie e può accedere a contenuti multimediali come immagini, video e suoni. Il giornalista, quindi, si trasforma da mediatore di notizie a gestore di informazioni reperibili in rete, facilitando il dialogo con il pubblico e offrendo contenuti più interattivi e multimediali.

¹⁶ Paolo Liguori (Roma, 6 giugno 1949), è un giornalista e conduttore televisivo italiano.

¹⁷ Claudio Calabi amministratore delegato del Sole 24 ore

<https://primopianonotizie.com/levoluzione-del-giornalismo-in-italia-e-il-suo-impatto-sulla-societa/>

https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo

<https://primopianonotizie.com/levoluzione-del-giornalismo-in-italia-e-il-suo-impatto-sulla-societa>

Vantaggi della digitalizzazione:

Accesso globale e aggiornamenti in tempo reale: internet ha permesso alle notizie di essere accessibili a un pubblico globale, abbattendo le barriere geografiche e temporali. Le piattaforme digitali, consentono aggiornamenti immediati delle notizie, il che è un notevole

¹⁶

¹⁷

vantaggio rispetto alla stampa tradizionale, che richiede tempi di produzione più lunghi.

Riduzione dei costi: pubblicare online permette di risparmiare sui costi di stampa e distribuzione, consentendo alle testate di concentrare le risorse su altre aree, come l'ampliamento del personale giornalistico o l'investimento in tecnologia.

Interattività e personalizzazione: il giornalismo digitale offre nuove forme di interazione con i lettori, attraverso commenti, sondaggi e social media. Le notizie possono essere personalizzate e curate in base alle preferenze degli utenti, creando un'esperienza più coinvolgente.

<https://primopianonotizie.com/evoluzione-del-giornalismo-in-italia-e-il-suo-impatto-sulla-societa>

https://www.alliancemagazine.org/feature/digital-technologies-and-the-common-good/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwmOm3BhC8ARIsAOSbapUMUU-GgAY0lytBKcek4INUtSaMgezhp99AJWW-hmA9dNji4oRbkQaAojcEALw_wcB

Svantaggi della digitalizzazione:

Erosione della qualità giornalistica: con la necessità di attirare traffico e generare click, molte testate si sono orientate verso contenuti sensazionalistici o clickbait, riducendo la qualità e la profondità dell'analisi giornalistica. Questa corsa alla velocità avvolta ha compromesso l'accuratezza e la verifica delle fonti.

Precarietà del lavoro giornalistico: la transizione al digitale ha causato un ridimensionamento delle redazioni, con molti giornalisti che hanno

perso il lavoro a causa dei tagli ai costi. La riduzione del personale, in molti casi, ha portato a una riduzione delle qualità e della copertura giornalistica.

Difficoltà di monetizzazione: la disponibilità gratuita di notizie su internet ha messo in crisi il tradizionale modello economico delle testate giornalistiche, che faceva affidamento sulle vendite delle copie cartacee e sugli introiti pubblicitari. Molte testate si sono trovate costrette a cercare nuovi modelli di business, come gli abbonamenti digitali e il native advertising, ma la competizione con le grandi piattaforme digitali, come google e Facebook, ha reso questa transizione particolarmente difficile.

Questo percorso ha portato alla creazione di un nuovo ecosistema dell'informazione, dove la competizione per l'attenzione del pubblico è accesa e in cui il giornalismo, sia cartaceo che digitale, deve costantemente evolversi per rimanere rilevante.

8. La crisi dei modelli di business

La crisi dei modelli business tradizionali del giornalismo è stata una delle sfide più significative che l'industria dei media ha dovuto affrontare con l'avvento di internet. Il modello economico consolidato, basato sulla vendita delle copie cartacee e sugli introiti pubblicitari, ha subito un duro colpo con la diffusione gratuita delle notizie sul web e la crescita della concorrenza nel mercato dell'informazione digitale. Analizziamo più in dettaglio come i giornali si sono adattati, quali nuovi modelli sono stati implementati e quali sono stati i principali successi e fallimenti.

Come internet ha trasformato il modello economico dei giornali:

Con la diffusione massiva di internet e la disponibilità di contenuti gratuiti, i lettori hanno abbandonato progressivamente l'acquisto delle versioni cartacee. Questo ha avuto un effetto devastante sulle testate tradizionali che basavano il proprio modello di business sulla vendita delle copie. Inoltre, il rapido sviluppo di piattaforme digitali come Google e Facebook, ha comportato uno spostamento massivo degli introiti pubblicitari, lasciando ai giornali una porzione molto più ridotta del mercato pubblicitario.

I giornali, si sono trovati a competere con giganti tecnologici che utilizzano algoritmi sofisticati per offrire pubblicità mirata. Questo ha reso i media tradizionali meno competitivi e più vulnerabili finanziariamente. Secondo un report del Reuters Institute, negli ultimi due decenni, il 70% degli introiti pubblicitari globali digitali è stato incamerato da Google e Facebook, lasciando poco spazio alle testate tradizionali per sopravvivere solo con la pubblicità online.

8.1 Adattamento ai nuovi modelli di business digitali

Per sopravvivere, le testate giornalistiche hanno dovuto reinventarsi, adottando modelli ibridi e strategie innovative per cercare di monetizzare i contenuti e mantenere il loro pubblico. Alcuni dei modelli emersi includono:

Il modello del paywall è diventato una delle principali strategie per monetizzare i contenuti giornalistici online, soprattutto per contrastare la diffusione gratuita delle notizie sul web. Questo sistema permette di

limitare l'accesso agli articoli ai soli utenti paganti, offrendo una fonte di reddito più stabile, rispetto alla sola pubblicità digitale.

Tipi di paywall:

Paywall rigido (hard paywall): limita completamente l'accesso ai contenuti a chi non è abbonato. Testate come il Wall Street Journal hanno adottato questa strategia con successo, offrendo notizie economiche e finanziarie molto specializzate.

Paywall flessibile (metered paywall): consente l'accesso gratuito a un numero limitato di articoli ogni mese. Il New York Times, per esempio, permette agli utenti di leggere gratuitamente un certo numero di articoli al mese, dopodiché viene richiesto un abbonamento.

Freemium: alcuni contenuti sono gratuiti, mentre i materiali più esclusivi o approfonditi sono disponibili solo per gli abbonati. Questo modello è stato adottato da testate come il The Guardian, che offre la possibilità di accedere a contenuti aggiuntivi per i sostenitori.

Successi del Paywall:

The New York Times: dal lancio del suo paywall nel 2011, il New York Times ha registrato un incremento costante degli abbonamenti digitali. Alla fine del 2023, contava oltre 10 milioni di abbonati, dimostrando che la qualità dei contenuti e l'ampiezza della sua copertura possono giustificare il pagamento da parte degli utenti.

<https://businessreviewatcornell.com/articles-2>

<https://www.nytimes.com/subscription>

<https://en.wikipedia.org/wiki/Paywall>

The Washington Post: sotto la guida di Jeff Bezos, il Washington Post ha implementato un paywall metered che ha contribuito a far crescere la base di abbonati digitali. La combinazione di un paywall moderato e una

forte innovazione tecnologica, ha portato a un incremento degli introiti e all'espansione della testata.

¹⁸ Jeff Bezos (gennaio 12, 1964), businessman, media proprietor, investor, known for founding amazon

8.2 Sfide per le testate locali e di nicchia:

Nonostante i successi delle grandi testate internazionali, il modello del paywall si è rivelato meno efficace per i giornali locali o di nicchia. Questi ultimi spesso non dispongono della scala e del prestigio necessari per attrarre un numero sufficiente di abbonati. Le testate locali affrontano diverse difficoltà:

Difficoltà di concorrenza: gli utenti preferiscono abbonarsi a grandi testate nazionali o internazionali, limitando la possibilità per i giornali locali di ottenere abbonati.

Riduzione delle risorse: i giornali locali, che tradizionalmente hanno goduto di una forte presenza nelle comunità, hanno visto una diminuzione delle risorse e della capacità di produrre contenuti esclusivi e di alta qualità, essenziali per convincere i lettori a pagare.

Esempi di fallimenti:

Testate locali come il Tampa Bay Times e il Philadelphia Inquirer hanno sperimentato difficoltà a implementare con successo il paywall, poiché non sono riuscite a generare entrate sufficienti dagli abbonamenti digitali. Questo è in parte dovuto alla concorrenza con le grandi testate nazionali e alla disponibilità di notizie locali gratuite attraverso altre fonti.

18

<https://businessreviewatcornell.com/articles-2>

<https://www.nytimes.com/subscription>

<https://en.wikipedia.org/wiki/Paywall>

8.3 Vantaggi e limiti del modello del paywall:

Vantaggi

Offre una fonte di entrate stabile, indipendente dalle fluttuazioni del mercato pubblicitario digitale.

Incentiva la produzione di contenuti di qualità, poiché i lettori pagano solo se percepiscono un valore aggiunto.

Consente alle testate di mantenere un maggior controllo sui propri contenuti, rispetto ai modelli basati esclusivamente sulla pubblicità.

Limiti:

Riduce il potenziale di audience, escludendo i lettori non disposti o non in grado di pagare.

Difficoltà nell'attrarre abbonati per le testate locali o quelle con una copertura meno ampia o meno specializzata.

La dipendenza dal numero di abbonamenti può spingere le testate a privilegiare contenuti "popolari" piuttosto che contenuti informativi di valore, influenzando la linea editoriale.

<https://businessreviewatcornell.com/articles-2>

<https://www.nytimes.com/subscription>

<https://en.wikipedia.org/wiki/Paywall>

La pubblicità tradizionale, come i banner online, ha perso molta della sua efficacia negli ultimi anni, in gran parte a causa dell'uso sempre più diffuso degli ad-blockers, che consentono agli utenti di evitare annunci intrusivi. Di conseguenza, molte testate giornalistiche hanno optato per soluzioni alternative, come la pubblicità nativa e il branded content, che risultano essere forme di pubblicità più integrate nei contenuti editoriali.

La pubblicità nativa si presenta in modo da somigliare a un articolo giornalistico o a un contenuto organico del sito, pur essendo sponsorizzata da un'azienda. Questo tipo di pubblicità si distingue per la sua capacità di inserirsi in maniera discreta nel flusso del contenuto editoriale, migliorando l'efficacia del messaggio pubblicitario rispetto ai formati tradizionali. Tuttavia, per mantenere la trasparenza e la fiducia dei lettori, è fondamentale che questi contenuti siano chiaramente etichettati come sponsorizzati. Un utilizzo corretto della pubblicità nativa può offrire un equilibrio tra entrate pubblicitarie e mantenimento dell'integrità giornalistica.

Il branded content, invece, si concentra più sullo storytelling aziendale, creando contenuti che riflettono i valori del brand senza risultare esplicitamente promozionali. Questa strategia consente ai marchi di connettersi più profondamente con i lettori attraverso contenuti rilevanti che parlano ai loro interessi, piuttosto che spingerli ad acquistare direttamente.

In entrambi i casi, è cruciale che le testate mantengano la trasparenza per evitare di compromettere la fiducia dei lettori e garantire che questi modelli di pubblicità siano visti come una risorsa, piuttosto che una manipolazione del contenuto editoriale.

<https://adflex.io/blog/impact-of-ad-blockers-on-native-advertising/>

<https://primopianonotizie.com/evoluzione-del-giornalismo-in-italia-e-il-suo-impatto-sulla-societa>

8.4 Donazioni e finanziamenti dal pubblico:

Il modello di donazioni e finanziamenti dal pubblico sta diventando sempre più popolare tra le testate giornalistiche indipendenti, in particolare quelle che non vogliono dipendere esclusivamente da pubblicità o paywall. Testate come The Guardian e ProPublica hanno adottato questo approccio, chiedendo ai loro lettori di fare donazioni volontarie per sostenere la loro attività. Questo sistema è stato accolto positivamente da un pubblico che apprezza il giornalismo indipendente e investigativo, contribuendo a creare una base di sostegno economico stabile per queste organizzazioni.

The Guardian, ad esempio, ha deciso di non adottare un modello di paywall, preferendo rimanere accessibile a tutti e chiedendo ai suoi lettori di sostenere finanziariamente il giornale attraverso donazioni. Questa strategia ha permesso al giornale di continuare a produrre giornalismo di alta qualità, specialmente in settori come la copertura climatica e le inchieste investigative, attirando lettori disposti a sostenere la testata proprio per la sua indipendenza.

ProPublica, una testata giornalistica senza scopo di lucro, focalizzata sul giornalismo investigativo, si affida fortemente a sovvenzioni da fondazioni e donazioni del pubblico. Il loro modello di business permette di finanziare inchieste approfondite che spesso richiedono mesi di lavoro e risorse considerevoli, sostenendo un giornalismo che mira a portare alla luce questioni cruciali come la corruzione e l'ingiustizia sociale.

Il vantaggio di questo modello, è che permette alle testate di rimanere indipendenti dalle pressioni pubblicitarie e dalle influenze dei grandi gruppi economici, mantenendo un focus sull'interesse pubblico. Tuttavia, il successo di questo approccio dipende dalla fiducia che i lettori ripongono nel giornale e dalla loro volontà di contribuire finanziariamente.

<https://www.theguardian.com/membership>

<https://www.propublica.org/reports>

8.5 Il modello freemium

Il modello freemium è diventato uno dei modelli più utilizzati dalle testate giornalistiche per bilanciare la necessità di attrarre un pubblico vasto con la creazione di entrate sostenibili. Questo modello prevede che una parte del contenuto sia disponibile gratuitamente, mentre gli articoli più approfonditi o esclusivi, richiedono un abbonamento a pagamento. L'obiettivo è coinvolgere i lettori con contenuti di qualità accessibili e, al contempo, offrire valore aggiunto per chi è disposto a pagare.

Come funziona il modello freemium?

Le testate utilizzano il modello freemium offrendo articoli gratuiti, che coprono notizie di base o di interesse generale, per poi riservare contenuti più specializzati o approfonditi solo per gli abbonati. Questi contenuti premium possono includere:

Inchieste approfondite

Reportage esclusivi

Accesso anticipato alle notizie o newsletter personalizzate

Eventi o webinar esclusivi

Esempi di testate con il modello freemium:

Una delle testate più note per l'uso di questo modello è il New York Times, che ha adottato un sistema di paywall "soft", permettendo agli utenti di leggere un numero limitato di articoli gratuitamente prima di richiedere un abbonamento. Lo stesso approccio è utilizzato da The Washington Post, che offre una parte significativa del proprio contenuto gratuitamente, ma richiede un abbonamento per accedere agli articoli di approfondimento.

Il successo di questo modello, dipende fortemente dalla qualità dei contenuti premium. Le testate devono convincere i lettori che l'accesso a contenuti esclusivi giustifica il costo dell'abbonamento. Questo si traduce spesso in una forte attenzione a reportage originali, analisi e inchieste che non possono essere altrove.

Vantaggi e sfide:

Il modello freemium, offre alle testate una doppia fonte di entrate: da un lato, possono continuare a beneficiare delle entrate pubblicitarie, generate dai contenuti gratuiti, mentre dall'altro possono creare una base stabile di abbonati paganti. Tuttavia, la sfida principale è mantenere un equilibrio tra contenuti sufficientemente coinvolgenti per attirare nuovi lettori e contenuti a pagamento di alto valore per giustificare l'abbonamento.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

<https://digiday.com/>

<https://www.niemanlab.org/>

8.6 Successi e fallimenti nel panorama digitale:

Non tutte le testate sono riuscite ad adattarsi con successo al mondo digitale. Molti giornali locali piccole testate, incapaci di implementare modelli sostenibili, hanno visto un drastico calo delle entrate, portando alla chiusura o a una riduzione significativa delle loro operazioni. ad esempio, giornali come La Tribune in Francia e The Independent nel regno Unito, hanno interrotto le pubblicazioni cartacee per concentrarsi esclusivamente sulla versione digitale, ma con difficoltà economiche.

D'altro canto, testate come il New York Times sono diventate casi di studio, per insuccesso della transizione digitale. Nel 2021, il New York Times ha superato i 7 milioni di abbonati digitali, dimostrando che un modello di abbonamento ben strutturato può funzionare. Altri successi si vedono in testate come il Financial Times, che ha puntato su contenuti altamente specializzati per un pubblico di nicchia disposto a pagare.

8.7 Sfide ancora aperte

Nonostante alcuni successi, il futuro del giornalismo digitale rimane incerto. la sostenibilità economica è ancora una questione critica premorte testate. La crescente dipendenza delle piattaforme social per la diffusione di notizie pone il problema del controllo degli algoritmi, che favoriscono spesso contenuti sensazionalistici o di bassa qualità, a discapito del giornalismo approfondito. Inoltre, la diffusione delle fake news e la disinformazione, rappresentano una minaccia alla credibilità

delle testate, costringendo molte redazioni a investire in fact-checking e in modelli che promuovano la fiducia dei lettori.

<https://www.poynter.org/>

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

9. Giornalismo e social media

L'emergere delle piattaforme digitali e dei social media ha trasformato radicalmente il modo in cui le notizie vengono create, diffuse e consumate, costringendo i giornalisti a reinventare costantemente le loro tecniche e strategie per mantenere la precisione e la fiducia del pubblico. Questa rivoluzione ha posto numerose sfide sia a livello economico che culturale. Da un lato, i professionisti del settore devono affrontare la crescente pressione a produrre contenuti rapidamente e spesso gratuitamente, con la necessità di competere con fonti di notizie alternative e algoritmi che privilegiano la velocità rispetto alla qualità. Dall'altro, il giornalismo deve bilanciare il suo ruolo di garante della verità in un contesto in cui la disinformazione e le fake news proliferano sui social, erodendo la fiducia del pubblico.

L'evoluzione del giornalismo nell'era digitale rappresenta una delle trasformazioni più rilevanti nella storia dei media. Con l'ascesa di piattaforme digitali e social media, le modalità di produzione,

distribuzione e consumo delle notizie sono cambiate radicalmente. Questo ha portato i giornalisti a modificare le pratiche tradizionali, adattandosi alle nuove esigenze del pubblico e alle dinamiche tecnologiche. Analizzare queste trasformazioni offre una comprensione più approfondita di come i media tradizionali stiano affrontando le sfide poste dalla concorrenza delle piattaforme digitali emergenti, e ci permette di ipotizzare quale sarà il futuro del giornalismo in un contesto sempre più dominato dal digitale.

<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/il-giornalismo-nellera-delle-piattaforme-nuovi-attori-e-formati/>

<https://www.noooagency.com/noooborders/social-journalism-la-rivoluzione-dellinformazione-in-difesa-della-verita/>

9.1 Giornalismo social: cos'è cambiato?

Il “Digital News Report” del Reuters Institute for the study of journalism del 2020 ha evidenziato un cambiamento significativo: le fonti online hanno superato la televisione come principale mezzo di informazione. Questo trend era già in corso da diversi anni, e non è sorprendente che il pubblico ora utilizzi una vasta gamma di formati e piattaforme per informarsi. Social media come Facebook e Twitter

hanno ridefinito il modo in cui le notizie vengono raccontate, offrendo visibilità a molte testate indipendenti. Al contempo, però, è aumentata la competizione e la pressione per diffondere notizie in modo rapido. Un momento cruciale per il giornalismo sui social media, si è verificato alla fine del 2019 e durante il lockdown del 2020, con Instagram al centro di questa rivoluzione. A differenza di altri social network, su Instagram non è efficace indirizzare gli utenti verso link esterni, il che ha spinto a innovare il linguaggio e creare nuovi formati che rendessero le notizie accessibili direttamente sulla piattaforma.

Oggi il giornalismo si pratica su una vasta gamma di canali: quotidiani, periodici, televisione, twitter, Facebook, Instagram, ma anche attraverso nuovi formati come podcast, le newsletter e piattaforme emergenti come tiktok e twitch. Questi canali hanno portato a una diversificazione dei linguaggi utilizzati per comunicare le notizie, rendendoli più creativi e coinvolgenti.

¹⁹ twitter social networking service

²⁰ facebook (2004) social media

²¹ tiktok (2016) piattaforma di video sharing cinese

²² twitch (2007) piattaforma di streaming online specializzata nel settore gaming

Cosa fanno le testate tradizionali?

Le testate giornalistiche tradizionali su Instagram mostrano un approccio che, sebbene in evoluzione, risulta ancora fortemente legato ai format di altri canali. Questi media, supportati da ampie

19

20

21

22

community, tendono a riprodurre immagini delle notizie più rilevanti e pubblicano stories che fungono da rassegne stampa, spesso accompagnate da link agli articoli online. Tuttavia non tutte le redazioni seguono questo schema. Alcune testate italiane hanno sviluppato contenuti più interattivi per Instagram, come quiz e rubriche progettate per adattarsi meglio ai ritmi e alle dinamiche del social. Nonostante ciò, siamo ancora lontani dagli esempi statunitensi, dove alcune redazioni hanno compreso l'importanza di trattare il giornalismo multimediale e social come entità indipendenti.

Un esempio rilevante è quello del Washington Post, che recentemente ha pubblicato un'offerta di lavoro per un Instagram editor, climate. Una figura professionale dell'ambito social specializzata, contemporaneamente, su Instagram e sul cambiamento climatico che si occuperà di un canale dedicato. Chi verrà assunto non corrisponde all'idea tradizionale di chi si forma per lavorare come giornalista, ma segna chiaramente la direzione in cui stiamo muovendo.

<https://www.ecostampa.it/blog/giornalismo-e-social-le-nuove-strade-dellinformazione/>

Quando il giornalismo nasce su Instagram

A partire dalla fine del 2019, Instagram si è affermato come una piattaforma su cui si crea e distribuisce informazione, soprattutto grazie all'azione di giovani innovatori. Questi professionisti emergenti, dotati di grandi competenze e ambizione, sanno riconoscere i trend in atto e capire il modo più efficace per comunicare con i propri coetanei.

Un esempio significativo in Italia è Will Media, che ha fatto da apripista nel campo del giornalismo sui social. Con quasi 700.00 followers su Instagram, ha costruito una community giovane e impegnata. L'obiettivo

di Will Media è stato quello di fornire notizie chiare e accessibili direttamente su Instagram, senza obbligare gli utenti a uscire dalla piattaforma. Questo approccio si è concretizzato in una serie di contenuti diversi, tutti caratterizzati da una forte coerenza visiva: il colore arancione e l'utilizzo di volti giovani che raccontano le notizie tramite storie, reel e video, incarnando un vero e proprio giornalismo multimediale o "social".

Instagram, pur essendo percepito da molti come un social network relativamente semplice, offre una grande varietà di formati per la creazione di contenuti. Will Media

Ha sfruttato pienamente questa versatilità, utilizzando diversi strumenti come post con lunghe didascalie di approfondimento, caroselli, meme, stories interattive, infografiche e molto altro.

²³ Instagram è una piattaforma di social media

<https://www.ecostampa.it/blog/giornalismo-e-social-le-nuove-strade-dellinformazione/>

In che modo i social media hanno cambiato il modo in cui le persone consumano le notizie? Quali sfide rappresentano per la qualità e la veridicità delle informazioni?

I social media come già detto hanno trasformato radicalmente il modo in cui le persone accedono, condividono e interagiscono con le notizie. Alcuni dei principali cambiamenti includono:

23

Accesso immediato e continuo: grazie ai social media, le notizie sono accessibili in tempo reale, 24 ore su 24. Le piattaforme digitali forniscono aggiornamenti istantanei , rendendo gli utenti costantemente informati sulle ultime notizie.

Personalizzazione del consumo: gli algoritmi sui social media mostrano agli utenti contenuti personalizzati basati sui loro interessi, interazioni e rete di amici. Questo ha modificato l'esperienza di consumo delle notizie, in quanto le persone possono ora ricevere informazioni più vicine alle loro opinioni e preferenze.

Aumento delle fonti non tradizionali: oltre alle testate giornalistiche tradizionali, sui social media si sono affermati nuovi attori dell'informazione, inclusi blog, influenze e piattaforme indipendenti. Questo ha creato una vasta gamma di voci, molte delle quali al di fuori dei canali tradizionali.

Maggiore interazione e partecipazione: sui social media, gli utenti non solo consumano le notizie, ma possono anche commentare, condividere e discutere, aumentando la partecipazione e la creazione di una "conversazione" attorno agli eventi attuali.

Notizie frammentate e brevi: i social forniscono contenuti brevi e visivamente accattivanti. Di conseguenza, molte notizie sono condensate in formati più brevi come tweet, stories o reels. Questo ha implicazioni sulla profondità e complessità delle informazioni che vengono comunicate.

<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/il-giornalismo-nellera-delle-piattaforme-nuovi-attori-e-formati/>

<https://www.buonenotizie.it/evergreen/2024/05/19/social-media-e-giornalismo-un-nuovo-paradigma-di-informazione/bastianelli/>

<https://www.noooagency.com/noooborders/social-journalism-la-rivoluzione-dellinformazione-in-difesa-della-verita/>

9.3 Sfide per la qualità e la veridicità delle informazioni

Diffusione di disinformazione e fake news: una delle principali preoccupazioni legate ai social media è la rapidità con cui le informazioni false possono circolare. La velocità di condivisione spesso supera il tempo necessario per verificare la veridicità delle notizie, portando alla diffusione di contenuti inesatti o del tutto falsi. Questa tendenza mina la fiducia nelle informazioni e rende più difficile distinguere il vero dal falso.

Echo chambers e polarizzazione: gli algoritmi delle piattaforme social tendono a mostrare agli utenti contenuti in linea con le loro precedenti interazioni e preferenze. Questo crea delle “echo chambers”, in cui gli individui vengono esposti a notizie che confermano le loro convinzioni preesistenti, contribuendo a un incremento della polarizzazione sociale e politica. Queste dinamiche possono limitare la varietà di opinioni a cui gli utenti sono esposti.

Perdita di contesto: spesso le notizie sui social media sono presentate in modo semplificato dal contesto originale per adattarsi ai formati rapidi e accattivanti delle piattaforme. Ciò può portare a una comprensione superficiale o distorta degli eventi complessi, lasciando spazio a interpretazioni errate.

Pressione sulla velocità piuttosto che sull'accuratezza: la corsa alla pubblicazione delle notizie prima dei concorrenti, ha portato a una riduzione della qualità del giornalismo. Sia le testate che i singoli giornalisti pubblicano informazioni non verificate a causa della competizione per essere i primi a dare una notizia, rischiando così di diffondere contenuti inaccurati.

Monetizzazione e clickbait: il modello di business basato sulla pubblicità online ha spinto molte testate giornalistiche a rincorrere titoli sensazionalistici o contenuti "clickbait" per attirare più lettori. Questo approccio può ridurre la qualità dell'informazione, favorendo contenuti superficiali piuttosto che analisi approfondite e obiettive.

Fonti :

Digital news report 2020

Pew research center

Columbia journalism review

<https://www.noooagency.com/noooborders/social-journalism-la-rivoluzione-dellinformazione-in-difesa-della-verita/>

10. Fake news e la post verità

Articolo di Marco Ferrari, Roma, Italia

Il 2020 sarà ricordato non solo per la devastante pandemia che ha scosso il mondo, provocando milioni di vittime e destabilizzando l'economia e i sistemi sociali globali, ma anche per l'inasprimento del

fenomeno delle “fake news”. Questo periodo ha segnato l’evoluzione delle notizie false in una vera e propria “arma” di disinformazione di massa, capace di influenzare profondamente le decisioni pubbliche e private, distorcendo la percezione della verità e dei fatti reali. In tal modo, i valori della trasparenza e della realtà sono stati messi in secondo piano, aprendo la strada a nuove forme di radicalizzazione e manipolazione delle masse.

Le fake news e i contenuti disinformativi, mascherati da articoli, immagini o video per manipolare l’opinione pubblica, sono sempre esistiti. Un famoso esemplare al 1938, quando Orson Welles annunciò alla radio un’invasione aliena sulla terra, causando panico tra la popolazione. Un altro caso emblematico è quello del 1835, quando il New York Sun pubblicò una serie di articoli che descrivevano la Luna come abitata da piante e animali, firmati dal fittizio scienziato Andrew Grant.

Le fake news hanno anche avuto conseguenze devastanti. Il “protocollo dei Savi di Sion”, una falsa teoria che sosteneva un complotto ebraico per dominare il mondo, fu utilizzato dai nazisti per giustificare la Shoà (Olocausto).

Più di recente, siamo stati testimoni della diffusione di teorie cospirative come il “Covid -19 è un’invenzione delle case farmaceutiche” o “ le elezioni americane sono state truccate”.

In Italia, un caso simile coinvolse una foto diffusa dal partito di Matteo Salvini, che mostrava un gruppo di persone di colore apparentemente in buona salute, usata per sostenere che l’esodo dell’Africa fosse una montatura. La foto, in realtà, era di un famoso rapper che si faceva un selfie con i suoi amici.

Questi episodi dimostrano come la disinformazione, quando non verificata, possa avere ripercussioni gravissime sia sul piano sociale che politico.

²⁴ Marco Ferrari, giornalista

Perché succede?

La diffusione delle fake news è fortemente legata al progresso tecnologico e alla diffusione globale dei social network, che rappresentano una delle rivoluzioni digitali più importanti della storia umana. Con circa 3,7 miliardi di utenti sui social (2,3 miliardi solo su Facebook⁹, una previsione di crescita fino a 4,4 miliardi entro il 2025, l'impatto di queste piattaforme sulla nostra vita quotidiana è significativo. In Europa, quasi la metà della popolazione utilizza Facebook, con il 90,4% dei Millennials, il 77,5% della generazione X e il 48,2% dei baby boomers attivi sui social. In media, si trascorrono 3 ore al giorno su queste piattaforme, evidenziando una crescente dipendenza.

Il sistema dell'informazione è stato radicalmente trasformato dal modello Broadcast, nominato dagli editori, al modello Social, in cui sono gli utenti a definire le priorità del dibattito. Sebbene questa evoluzione abbia ampliato la libertà di espressione, eliminando i filtri tradizionali, ha anche aperto la strada a pericolose manipolazioni, poiché l'assenza di un controllo professionale ha facilitato la diffusione di false notizie. La libertà di pubblicazione di ciascun utente si accompagna alle possibilità

24

che milioni di persone siano esposte a disinformazioni, rendendo le fake news uno strumento potente di manipolazione sociale e politica.

Quali sono le motivazioni più frequenti per diffondere fake news?

Per fare soldi: i siti fake news contengono pubblicità di altri inserzionisti; maggiori sono le visualizzazioni e più crescono i guadagni.

Per aumentare vendite e visibilità dei giornali e dei siti di informazione. vi sono casi reali di quotidiani professionali che utilizzano la strategia del clickbaiting (titoli acchiappa clic) o vere e proprie fake news per accrescere le vendite.

Per influenzare le scelte e manipolare in modo strategico l'opinione pubblica, come le campagne diffamatorie e a danno di personaggi pubblici

Per truffare e rubare i dati personali degli utenti al fine di rivenderli ad altre compagnie che gestiscono dati (il web e le caselle email sono piene di comunicazioni truffa - chiamate phishing - mascherate da aziende ed enti pubblici ufficiali).

Le tecnologie basate sull'intelligenza artificiale offrono oggi strumenti incredibilmente sofisticati per la manipolazione di contenuti digitali, inclusi i video. Un esempio emblematico è quello di un esperimento condotto alla Washington University, dove i ricercatori hanno utilizzato un file audio di un discorso di Barack Obama e, analizzando milioni di immagini dell'ex presidente, hanno ricreato con precisione i movimenti della sua bocca e del viso. l'AI ha quindi generato un video in cui Obama appare fare un discorso che, in realtà, non ha mai pronunciato (Vincent,2017). Attraverso la sincronizzazione dei movimenti labiali e la sintesi delle espressioni facciali, il risultato è stato una clip così realistica da rendere impossibile da distinguere il falso dal vero.

Questo tipo di falsificazione della realtà rappresenta una seria minaccia per tutti, poiché la tecnologia consente non solo la creazione di contenuti falsi, ma anche la loro distribuzione su scala globale, aumentando così la portata delle fake news. Le conseguenze possono essere molto gravi, in quanto tali falsificazioni possono influenzare opinioni pubbliche e decisioni politiche. Ad esempio, durante il referendum sulla Brexit, è stato dimostrato che account social legati alla Russia hanno pubblicato oltre 1855 milioni di post anti-UE per influenzare gli elettori (European Data Journalism Network). Situazioni simili si sono verificate nelle elezioni tedesche del 2017 e nelle elezioni italiane del 2018, con interferenze mirate a sostenere movimenti di estrema destra e a fomentare sentimenti anti-immigrazione.

Questi episodi evidenziano come la disinformazione possa diventare un'arma potente nelle mani di attori politici o ideologici, minando i processi democratici e promuovendo agende antidemocratiche e illiberali.

²⁵ Barak Obama (Honolulu, 4 agosto 1961) politico e avvocato statunitense, 44° presidente degli Stati Uniti D'America

²⁶

In Italia

Nel 2018, poco prima delle elezioni politiche italiane, oltre 150 account falsi furono attivati su twitter e Facebook per promuovere Matteo Salvini e la Lega Nord. Questi profili. Legati in modo diretto o indiretto al partito, erano rimasti dormienti dal referendum del 2016 e furono riattivati in vista del voto del 4 marzo. La strategia faceva parte di un più ampio schema di disinformazione, che includeva non solo la

²⁵

²⁶

produzione di fake news, ma anche l'uso di tecniche avanzate come l'influenza emotiva attraverso troll e bot, la falsificazione delle identità per distribuire notizie false e persino hackeraggi mirati per alterare informazioni.

Questo tipo di manipolazione, potenziata dall'uso di social media, è emblematico dell'epoca della post-verità, dove la realtà oggettiva viene sovvertita da ideologie politiche, come sostenuto da Nietzsche.

Esempi storici come la negazione del cambiamento climatico e più recentemente l'attacco alla scienza durante la pandemia di Covid-19 dimostrano come la disinformazione possa essere usata per manipolare le masse, contribuendo alla nascita di narrazioni false e pericolose per la democrazia.

L'uso crescente di queste tecniche è stato evidenziato anche nel contesto internazionale, con twitter che ha eliminato oltre 32.000 account legati a campagne di disinformazione gestite da Cina, Russia e Turchia, e le piattaforme social rimuovendo milioni di account falsi che diffondevano teorie complottistiche durante la pandemia. Queste pratiche hanno contribuito a fenomeni come l'assalto al Campidoglio negli Stati Uniti, dimostrando quanto le fake news possano compromettere la stabilità politica e sociale.

Il fact checking è il processo di verifica delle informazioni, utilizzato principalmente nel giornalismo e nella comunicazione per assicurarsi che le affermazioni, i fatti o i dati presentati in un contenuto siano accurati e corretti. Questo processo è diventato sempre più importante con la diffusione di notizie false e disinformazione, soprattutto sui social media. Il fact checking può essere svolto prima della pubblicazione di un

articolo o dopo, e consiste nell'esaminare fonti, verificare statistiche, controllare le citazioni e confrontare diverse versioni di eventi o affermazioni. Molte organizzazioni, come Politifact, Snopes e [FactCheck.org](https://www.factcheck.org/), sono dedicate esclusivamente a questo scopo, e offrono strumenti per aiutare il pubblico a distinguere tra informazioni vere e false. L'importanza del fact checking è aumentata nell'era digitale, dove la velocità di diffusione delle informazioni può superare la capacità di verificarne l'accuratezza, rendendo necessario uno sforzo continuo per mantenere la qualità e l'affidabilità delle notizie.

<https://www.bu.edu/bhr/2021/08/30/il-cambiamento-nella-realta-digitale-proteggere-il-pubblico-dalle-fake-news/>

<https://www.internetmatters.org/it/issues/fake-news-and-misinformation-advice-hub/learn-about-fake-news-to-support-children/>

10.1 Come distinguere le notizie vere da quelle false ?

Verificare le fonti: prima di condividere o credere a una notizia fondamentale controllare la fonte. Le notizie attendibili provengono da fonti affidabili, come testate giornalistiche accreditate. Se una notizia proviene da un sito sconosciuto o da fonti anonime, è un bene essere cauti.

Cross-referencing: una delle tecniche più efficaci è confrontare la notizia con altre fonti autorevoli. Se più testate affidabili riportano lo stesso fatto, è più probabile che sia vero. I siti di fact-checking, come Snopes o [FactCheck.org](https://www.factcheck.org/), possono essere utili per confermare la veridicità di una notizia.

Attenzione ai titoli sensazionalistici: le fake news spesso utilizzano titoli accattivanti o sensazionalistici per attirare l'attenzione. Se il titolo sembra troppo incredibile per essere vero, è il caso di controllare i dettagli dell'articolo prima di condividerlo.

Controllo delle immagini e video: con l'avvento delle tecnologie di manipolazione digitale, immagini e video possono essere falsificati. Strumenti come Google Reverse Image Search possono aiutare a verificare l'origine di un'immagine.

Valutare la data: molte fake news riciclano vecchie notizie o riportano fatti fuori contesto. Controllare la data dell'articolo può aiutare a capire se una notizia è obsoleta o fuorviante.

Identificare i bias: molti articoli di fake news giocano sui pregiudizi personali per ottenere consensi. Leggere criticamente cercando di individuare eventuali distorsioni o esagerazioni è essenziale.

Con un approccio critico e l'uso di strumenti di fact-checking, giornalisti e lettori possono contrastare la diffusione delle fake news.

<https://www.bu.edu/bhr/2021/08/30/il-cambiamento-nella-realta-digitale-proteggere-il-pubblico-dalle-fake-news/>

<https://www.internetmatters.org/it/issues/fake-news-and-misinformation-advice-hub/learn-about-fake-news-to-support-children/>

11. Il futuro del giornalismo digitale: approfondimento

Innovazioni tecnologiche e nuove forme di giornalismo

Le nuove tecnologie stanno radicalmente trasformando il mondo del giornalismo, portando con se' sia grandi opportunità che sfide complesse.

Intelligenza artificiale (AI): l'intelligenza artificiale sta cambiando il modo in cui le notizie vengono create, distribuite e consumate. Nel giornalismo, l'AI è utilizzata per automatizzare la scrittura di articoli, analizzare grandi quantità di dati e migliorare l'accuratezza nella verifica dei fatti. L'AI è utilizzata per automatizzare la scrittura di articoli, analizzare grandi quantità di dati e migliorare l'accuratezza nella verifica dei fatti. L'AI può analizzare testi, immagini e video per produrre storie complesse o per generare resoconti di eventi sportivi e finanziari. Ad esempio, The Washington Post utilizza il suo robot giornalistico chiamato Heliograf, che ha automatizzato la produzione di articoli basati su dati per coprire le Olimpiadi del 2016 e le elezioni presidenziali statunitensi. Bloomberg utilizza un algoritmo simile per produrre report finanziari in tempo reale. L'AI, inoltre, aiuta nel fact-checking, migliorando la capacità dei giornalisti di verificare l'autenticità delle informazioni. Strumenti come ClaimBuster possono identificare dichiarazioni controverse e verificare la loro veridicità confrontandole con un ampio database di fatti.

Big data: i big data offrono enormi possibilità per il giornalismo investigativo e analitico. La capacità di raccogliere ed elaborare dati in tempo reale consente ai giornalisti di creare reportage basati su analisi precise e complesse. I dati possono essere utilizzati per indagare su temi economici, sociali o politici, rilevando tendenze o irregolarità che altrimenti passerebbero inosservate. Un esempio è il progetto di ProPublica, che ha utilizzato i big data per indagare su temi come l'evasione fiscale e la corruzione, producendo reportage basati su analisi di dati complessi provenienti da fonti pubbliche e private.

Blockchain: il blockchain ha il potenziale per rivoluzionare la verifica delle fonti giornalistiche e la protezione dei diritti digitali. Utilizzando la tecnologia blockchain, le notizie possono essere tracciate e verificate dalla loro origine alla loro distribuzione, creando un sistema di trasparenza che riduce la possibilità di manipolazione. Alcune startup, come Civil, stanno esplorando l'uso della blockchain per creare un ecosistema giornalistico decentralizzato, dove i lettori possono finanziare direttamente i giornalisti e monitorare la qualità delle notizie.

Realtà aumentata (AR) e virtuale (VR): la realtà aumentata e la realtà virtuale stanno ridefinendo l'esperienza utente nel giornalismo. Con la VR, i lettori possono "immergersi" all'interno di un evento, vivendo in prima persona. Ad esempio, il New York Times ha introdotto una serie di storie immersive che permettono agli utenti di esplorare scenari di guerra o catastrofi naturali attraverso visori VR. La AR viene utilizzata per arricchire i contenuti giornalistici, aggiungendo livelli di informazione in tempo reale durante la lettura di articoli o la visione di video.

11.1 Come vengono utilizzate le nuove tecnologie nel giornalismo?

Le tecnologie come l'intelligenza artificiale, i big data e la blockchain offrono nuove opportunità per migliorare l'accuratezza, l'efficienza e la trasparenza nel giornalismo. La realtà aumentata e virtuale trasformano l'esperienza utente, mentre il blockchain introduce la possibilità di una verifica decentralizzata e sicura delle fonti.

11.2 Quali sono le prospettive future per il giornalismo digitale?

Il futuro del giornalismo sarà sempre più automatizzato e personalizzato, con un crescente uso di AI per la produzione e verifica delle notizie. Tecnologie immersive come AR e VR trasformeranno il modo in cui le notizie vengono consumate, e la blockchain potrebbe garantire maggiore trasparenza e affidabilità nella diffusione delle informazioni. Tuttavia, sarà fondamentale bilanciare l'uso di queste tecnologie con le esigenze etiche e professionali del giornalismo.

<https://www.odg.it/giornalismo-e-intelligenza-artificiale/50495>

<https://asvis.it/notizie/2-9470/focus-il-ruolo-perduto-del-giornalismo-di-qualita-e-le-sfide-del-futuro>

Sfide etiche e professionali

Con l'avanzare della tecnologia e la crescente influenza delle piattaforme digitali, i giornalisti si trovano ad affrontare una serie di sfide etiche e professionali che sono uniche nell'era digitale. Queste sfide spaziano dalla gestione della privacy e dei diritti digitali, alla lotta contro la disinformazione e le fake news, fino alla necessità di mantenere elevati standard professionali in un contesto in rapida evoluzione. Esploriamo in dettaglio queste problematiche:

Privacy e diritti digitali

Con l'aumento delle tecnologie di data mining e tracciamento online, i giornalisti hanno accesso a quantità senza precedenti di informazioni personali. tuttavia, l'accesso a questi dati solleva importanti questioni etiche, poiché i giornalisti devono bilanciare il diritto del pubblico all'informazione con il diritto alla privacy delle persone coinvolte.

La regolamentazione come il GDPR (regolamento generale sulla protezione dei dati) in Europa rappresenta una sfida aggiuntiva, poiché limita l'uso improprio di dati personali. Anche se il GDPR impone maggiore trasparenza nel trattamento dei dati, i giornalisti devono stare attenti a non violare le norme pur cercando di ottenere informazioni vitali. La sfida etica è quella di proteggere i soggetti vulnerabili da esposizioni ingiustificate, specialmente quando si trattano argomenti sensibili come crimini, malattie o eventi traumatici.

In questo contesto, i giornalisti devono anche considerare la sorveglianza governativa. Molti governi usano strumenti digitali per monitorare i giornalisti, ponendo una minaccia alla libertà di stampa. L'anonimato delle fonti diventa cruciale per proteggere le persone che rischiano rappresaglie per aver condiviso informazioni con i media.

2. Disinformazione e fake news

La disinformazione è una delle sfide più gravi nell'ambiente digitale. Le fake news, definite come notizie false o fuorvianti diffuse deliberatamente per ingannare il pubblico, sono diventate pervasive con

l'avvento dei social media. Gli algoritmi di piattaforme come Facebook, twitter e YouTube privilegiano contenuti che generano più interazioni, il che spesso significa che notizie sensazionalistiche o false raggiungono rapidamente un vasto pubblico.

Gli effetti della disinformazione sono stati osservati in eventi come le elezioni presidenziali degli Stati Uniti del 2016, il referendum Brexit e, più recentemente, durante la pandemia di Covid-19. Durante la pandemia, notizie false su cure miracolose o teorie del complotto hanno avuto un impatto devastante sulla salute pubblica e sulla fiducia nei confronti delle istituzioni sanitarie.

I giornalisti sono quindi chiamati a sviluppare nuove strategie di fact-checking per combattere la disinformazione. Organizzazioni come Snopes o [factcheck.org](https://www.factcheck.org) lavorano per verificare l'accuratezza delle notizie, ma questa pratica richiede risorse significative e tempo, fattori spesso scarsi nel giornalismo digitale, dove la velocità di pubblicazione è fondamentale.

3. Velocità vs. Accuratezza

Un'altra sfida cruciale nel giornalismo digitale è il conflitto tra la necessità di pubblicare notizie rapidamente e l'importanza di garantire la loro accuratezza. Nel mondo delle notizie 24/7, i giornalisti sono sotto pressione per essere i primi a riportare una storia. Tuttavia, questa urgenza può portare a errori, con conseguenze potenzialmente gravi per la reputazione delle testate giornalistiche e per la fiducia del pubblico.

I social media hanno amplificato questa pressione, poiché notizie incomplete o non verificate possono diffondersi rapidamente. Un

esempio è stata l'errata identificazione dei sospettati durante l'attentato alla maratona di Boston del 2013, dove alcune testate giornalistiche hanno diffuso informazioni false a causa della competizione per essere le prime a pubblicare. Questi episodi evidenziano l'importanza di una verifica meticolosa, anche quando la velocità è essenziale.

4. Impatto sociale ed etico

Un aspetto altrettanto significativo è l'impatto sociale del giornalismo digitale. I giornalisti devono essere consapevoli del fatto che le loro storie non solo informano, ma possono anche plasmare l'opinione pubblica e influenzare il discorso politico. In un'epoca di crescente polarizzazione politica, questa responsabilità è più evidente che mai. Ad esempio, articoli o reportage su temi controversi come l'immigrazione o la pandemia possono alimentare divisioni se presentati in modo sensazionalistico o parziale.

Inoltre, le redazioni devono confrontarsi con la questione dell'equilibrio tra libertà di espressione e responsabilità sociale. In molti casi, il confine tra informazione legittima e incitamento all'odio diventa sfumato, soprattutto quando si trattano argomenti delicati o controversi. Il giornalismo deve trovare un equilibrio tra il dovere di informare e l'obbligo di non causare danni alla società.

5. Manipolazione dei Media e Deepfakes

La manipolazione dei contenuti multimediali è un altro ostacolo significativo. La tecnologia dei deepfakes, che utilizza l'intelligenza artificiale per creare video falsi estremamente realistici,

rappresenta una minaccia crescente per la credibilità delle notizie. I deepfakes possono essere utilizzati per diffondere disinformazione, minare la reputazione delle persone, o interferire nei processi democratici. Ad esempio, video manipolati di politici o celebrità possono essere diffusi per scopi ingannevoli, rendendo ancora più difficile per i giornalisti e i lettori distinguere la realtà dalla finzione.

Per contrastare questa minaccia, i giornalisti devono fare affidamento su strumenti tecnologici avanzati e collaborare con esperti in tecnologie di verifica delle immagini e dei video. Tuttavia, la rapidità con cui queste tecnologie avanzano rende la sfida sempre più complessa.

Quali misure possono adottare i giornalisti per combattere la diffusione di fake news?

Come possono le normative come il GDPR influenzare il giornalismo investigativo?

Quali strumenti tecnologici possono aiutare i giornalisti a contrastare i deepfakes e altre forme di manipolazione multimediale?

I giornalisti possono adottare varie misure per contrastare la diffusione delle fake news, tra cui:

12.Verifica dei fatti (fact- checking):

uno dei metodi principali è il fact- checking, che consiste nel verificare l'accuratezza delle informazioni prima di pubblicarle. Organizzazioni dedicate come polifact, snopes, [factcheck.org](https://www.factcheck.org) sono esempi di iniziative di verifica che aiutano a ridurre la circolazione di informazioni false.

Collaborazione con piattaforme digitali: le testate giornalistiche possono collaborare con piattaforme come Facebook e Google per individuare e rimuovere contenuti falsi o fuorvianti. Facebook per esempio, ha implementato programmi di fact-checking in collaborazione con organizzazioni giornalistiche indipendenti per segnalare e ridurre la visibilità delle notizie false.

Educazione del pubblico: i giornalisti possono contribuire all'alfabetizzazione mediatica del pubblico, insegnando agli utenti a distinguere fonti affidabili da quelle sospette. Questo può includere la creazione di guide e strumenti educativi che mostrano come verificare l'accuratezza delle notizie.

Uso di tecnologie avanzate: software di monitoraggio e algoritmi di AI possono essere utilizzati per identificare automaticamente notizie potenzialmente false, tracciando la fonte e il contenuto di articoli sospetti. Un esempio è l'uso di strumenti di AI per monitorare la diffusione delle fake news attraverso i social media.

Come possono le normative come il GDPR influenzare il giornalismo investigativo ?

Il regolamento generale sulla protezione dei dati è stato creato per proteggere la privacy degli individui e regolamentare l'uso dei loro dati personali, ma può avere implicazioni importanti per il giornalismo investigativo:

Bilanciamento tra diritto all'informazione e privacy: il GDPR stabilisce che i dati personali possano essere trattati solo con il consenso dell'individuo o per motivi legittimi. Questo crea sfide per il giornalismo investigativo, che spesso necessita di raccogliere informazioni senza l'esplicito consenso delle persone coinvolte, specialmente in casi di corruzione o criminalità. Tuttavia, il GDPR riconosce delle deroghe per il giornalismo, permettendo il trattamento di dati personali se necessario per esercitare la libertà di espressione e di informazione.

Maggiore responsabilità e trasparenza: i giornalisti devono essere molto più attenti nella raccolta, gestione e protezione dei dati, garantendo che siano rispettate le norme sulla trasparenza. Questo potrebbe richiedere maggiori risorse per conformarsi alle normative senza compromettere le indagini.

Minori possibilità di accesso ai dati: alcuni strumenti che in passato permettevano ai giornalisti di accedere a grandi volumi di dati personali, come le ricerche su banche dati o social media, possono ora essere più limitati. Le aziende e le piattaforme digitali, per conformarsi al GDPR, potrebbero essere meno inclini a fornire accesso a dati personali su richiesta.

Quali strumenti tecnologici possono aiutare i giornalisti a contrastare i deepfakes e altre forme di manipolazione multimediale?

I giornalisti possono utilizzare diverse tecnologie per contrastare i deepfakes e altre manipolazioni multimediali:

Strumenti di verifica delle immagini e dei video: applicazioni come InVID e Forensically aiutano i giornalisti a verificare l'autenticità dei video e delle immagini analizzando metadati, modelli di compressione, e altre tracce digitali che possono indicare se un file è stato manipolato.

12.1 AI:

algoritmi di AI. Come quelli sviluppati da Facebook AI o Deeptext, possono rilevare i deepfakes attraverso l'analisi di piccoli dettagli impercettibili all'occhio umano, come le micro espressioni facciali o i movimenti irregolari degli occhi nei video generati artificialmente.

Blockchain per la verifica delle fonti: alcune piattaforme stanno esplorando l'uso della blockchain per tracciare l'origine e l'autenticità dei contenuti digitali. Questo permetterebbe di avere una traccia immutabile di quando e da chi un contenuto è stato creato, riducendo così le possibilità di falsificazione o manipolazione.

Software per il riconoscimento delle manipolazioni: soluzioni come Truepic offrono strumenti per certificare l'autenticità delle immagini attraverso tecnologie di " Proof of provenance ", che assicurano che un'immagine non sia stata alterata dal momento della sua creazione.

L'uso di queste tecnologie e strumenti è essenziale per aiutare i giornalisti a mantenere l'integrità delle informazioni in un'epoca in cui la manipolazione digitale è una minaccia crescente.

https://commission.europa.eu/topics/strategic-communication-and-tackling-disinformation_it

<https://www.zerounoweb.it/techtarget/searchsecurity/cybercrime/best-practices-per-rilevare-e-contrastare-gli-attacchi-deepfake/c>

12.2 Come funziona la tecnologia AI deepfake?

La tecnologia deepfake permette agli hacker di distorcere la realtà e commettere crimini finanziari, meglio scoprire come funziona e quali sono le pratiche migliori per contrastare gli attacchi deepfake.

Come abbiamo già detto con l'avanzare dell'intelligenza artificiale diventa difficile identificare chi si trova dall'altra parte dello schermo, creando opportunità per i truffatori e criminali. Questa zona d'ombra ha favorito l'ascesa di nuove forme di frode, come i deepfakes, ovvero immagini, video e audio manipolati tramite l'intelligenza artificiale per replicare le caratteristiche umane in modo estremamente realistico. I deepfakes rappresentano una crescente minaccia, utilizzati sempre più spesso per ingannare sia le persone che le aziende, compromettendo la fiducia e la sicurezza nel mondo digitale.

Le tecniche di deepfake, che consentono ai truffatori di alterare la realtà modificando immagini esistenti per sostituire l'aspetto di una persona, si basano su reti neurali artificiali. Questi sistemi informatici riconoscono modelli all'interno di grandi quantità di dati. Per creare una foto o un video deepfake, una rete neurale artificiale viene "addestrata" fornendo centinaia di migliaia di immagini, dalle quali "impara" a identificare e replicare i tratti distintivi del volto umano, ricostruendone i modelli per manipolarli in modo credibile e realistico.

Con AI, il numero di immagini o video richiesti per addestrare le reti neurali artificiali si è ridotto notevolmente. Questo ha semplificato l'uso dei deepfake su larga scala, facilitando il loro impiego da parte di truffatori. I video deepfake, infatti, vengono frequentemente utilizzati in attività criminali, soprattutto finanziarie, per truffare individui, imprese e persino istituzioni governative. Il rischio diventa particolarmente elevato nei mercati emergenti o in quelli caratterizzati da instabilità economica, dove i deepfake possono essere sfruttati per manipolare informazioni o influenzare decisioni chiave.

12.3 Best practices per rilevare la tecnologia deep fake

Strumenti e buone pratiche possono rilevarsi essenziali nel contrastare i tentativi di frode tramite deepfake. Tuttavia, la prima e fondamentale difesa rimane la vigilanza, poiché ci si confronta con

avversari persistenti e determinati, sempre pronti a sfruttare falle nel sistema. Un passo cruciale è osservare attentamente i video deepfake, poiché questi spesso mostrano segnali rivelatori, come:

Movimenti innaturali e scattosi

Incoerenza nell'illuminazione tra i fotogrammi

Irregolarità nel tono della pelle

Mancata sincronizzazione delle labbra con l'audio

Inoltre, stanno emergendo tecnologie per autenticare i video, come algoritmi crittografici che inseriscono marker digitali, come hashtag a intervalli regolari nel video, segnalando eventuali modifiche effettuate sul contenuto.

Le aziende possono rafforzare la propria sicurezza sfruttando le stesse tecnologie utilizzate dai truffatori, come il machine Learning e l'analisi avanzata, per individuare e contrastare i deepfake. Implementare una strategia di difesa a più livelli è fondamentale, in particolare riguardo la distribuzione di deepfake. Il panorama delle minacce è però in costante mutamento, quindi la sorveglianza attiva resta essenziale per proteggere le infrastrutture.

Infine, anche se le tecnologie di difesa potrebbero diventare obsolete col tempo, le best practice di base dovrebbero restare immutate: mantenere la consapevolezza e un'attenzione costante permetterà a consumatori e imprese di anticipare i rischi legati ai deepfake.

<https://www.zerounoweb.it/techtarget/searchsecurity/cybercrime/best-practices-per-rilevare-e-contrastare-gli-attacchi-deepfake/>

Conclusione

La tesi ha tracciato l'evoluzione del giornalismo, partendo dall'invenzione della stampa fino all'avvento del giornalismo digitale. In questo percorso, abbiamo osservato come la professione giornalistica si sia trasformata sotto l'influenza di fattori tecnologici e culturali, analizzando la crescente interconnessione tra giornalismo e marketing digitale. In un'era dominata dai social media e da una produzione fruizione dei contenuti sempre più rapida e globalizzata, il giornalismo ha perso il controllo esclusivo della narrazione, trovandosi a competere con le voci degli utenti e delle piattaforme stesse.

Uno dei temi trattati riguarda il fenomeno delle fake news, divenuto una delle principali sfide dell'era digitale. La facilità con cui le informazioni false possono diffondersi grazie alle nuove tecnologie, soprattutto tramite i social media, ha dimostrato l'urgenza di nuove strategie di verifica delle storie, strumenti tecnologici e normative più severe. L'analisi ha evidenziato come i giornalisti abbiano la responsabilità di distinguere tra notizie vere e false, specialmente in un contesto informativo che evolve rapidamente e dove la manipolazione dei contenuti è facilitata dalle tecnologie emergenti.

Considerazioni finali sull'evoluzione del giornalismo e sulle prospettive future

L'evoluzione del giornalismo è strettamente legata l'innovazione tecnologica. Intelligenza artificiale, big data e algoritmi avanzati stanno trasformando il settore, fornendo nuove modalità per raccogliere, produrre e distribuire notizie. Queste tecnologie permettono di migliorare l'efficienza dei processi giornalistici, accelerare la produzione dei contenuti e analizzare dati su larga scala per offrire una copertura più completa e dettagliata. Tuttavia, insieme ai benefici, le innovazioni pongono anche delle sfide, in particolare quando si tratta di verificare la veridicità delle notizie e garantire l'integrità delle informazioni in circolazione.

Il giornalismo del futuro dovrà affrontare numerose sfide, tra cui l'uso diffuso dei deepfake e altre forme di manipolazione multimediale. Le tecnologie utilizzate per creare contenuti falsi, come i deepfake, stanno diventando sempre più sofisticate e accessibili. Questo fenomeno mina la fiducia nel giornalismo e rende difficile per i consumatori distinguere la realtà dalla finzione. Tuttavia, stanno emergendo strumenti per contrastare queste minacce, come algoritmi crittografici che inseriscono marcatori nei video per segnalare eventuali modifiche o alterazioni. Il giornalismo dovrà quindi trovare un equilibrio tra l'adozione delle nuove tecnologie e la protezione dell'integrità dell'informazione.

Riflessioni personali sulla base della ricerca effettuata

La ricerca condotta mette in evidenza come il giornalismo non sia solo un mezzo per diffondere notizie, ma un pilastro essenziale della democrazia. Tuttavia, il panorama giornalistico sta vivendo una trasformazione profonda. Internet e i social media hanno portato con se enormi vantaggi, come l'accesso immediato a informazioni provenienti

da tutto il mondo, ma hanno anche introdotto nuove sfide. Con l'erosione del ruolo di "gatekeeper" tradizionali come editori e redattori, il controllo sulla qualità delle informazioni si è indebolito, favorendo la diffusione di notizie false e manipolazioni.

Un punto fondamentale emerso è l'urgenza di rinnovare la pratica giornalistica, mantenendo intatti gli standard etici, nonostante l'evoluzione tecnologica. Il giornalismo si trova oggi, davanti a una scelta cruciale: da un lato, deve abbracciare le nuove tecnologie per rimanere rilevante e raggiungere un pubblico sempre più digitale; dall'altro, deve combattere le minacce rappresentate dalle fake news e dalle distorsioni delle informazioni. La verifica delle fonti, il fact checking e l'uso di strumenti tecnologici per smascherare contenuti falsi, sono sempre più cruciali per preservare l'affidabilità delle notizie.

Uno degli aspetti più interessanti emersi dalla ricerca è come la digitalizzazione stia ridefinendo il concetto stesso di giornalismo. Oggi, il lavoro del giornalista non si limita a raccontare i fatti: deve anche navigare tra la complessità delle tecnologie, le pressioni commerciali e la responsabilità sociale in un contesto sovraccarico di informazioni. In un mondo in cui i social media e le nuove tecnologie stanno trasformando il modo in cui circolano le notizie, il ruolo del giornalista è più cruciale che mai.

Conclusione generale

In conclusione, il futuro del giornalismo dipenderà da come riuscirà a fronteggiare le nuove sfide legate all'evoluzione tecnologica e sociale. La tecnologia continuerà a trasformare il modo in cui le notizie vengono prodotte, distribuite e consumate, ma la vera sfida sarà mantenere intatti i principi etici e professionali che hanno sempre caratterizzato la professione. L'uso della trasparenza, l'attenzione costante alla verifica delle informazioni e il contrasto alla disinformazione diventeranno fondamentali per mantenere la fiducia del pubblico e garantire la qualità del lavoro giornalistico.

Oggi, i giornalisti non sono solo chiamati a raccontare fatti, ma anche a gestire un'informazione sempre più complessa e frammentata, filtrando i contenuti falsi e manipolati che rischiano di distorcere il dibattito pubblico. In questo contesto, l'integrità e la responsabilità sociale dei media sono più importanti che mai.

Il giornalismo però, deve anche saper evolvere e trovare nuovi modelli di sostenibilità economica. L'adozione di strategie come il paywall, gli abbonamenti digitali e il branded content hanno già dimostrato che esiste la possibilità di adattarsi senza rinunciare ai propri valori. tuttavia, è fondamentale che queste soluzioni non compromettano l'indipendenza editoriale o la qualità dei contenuti.

Guardando avanti, il giornalismo avrà successo solo se saprà coniugare innovazione e tradizione, sfruttando le nuove tecnologie senza perdere di vista il suo ruolo cruciale nella democrazia. Una stampa libera e responsabile non è solo un diritto, ma una necessità per garantire una

società informata, capace di affrontare le complessità del mondo moderno con consapevolezza e spirito critico. Il futuro del giornalismo non riguarda solo il progresso tecnologico, ma soprattutto il suo impegno a rimanere una guida affidabile e autorevole per il pubblico, continuando a rappresentare uno strumento fondamentale per la vita democratica.

Jennifer Pavoncello

Sezione lingua inglese

Introduction

Digital journalism represents one of the most significant transformations in the news landscape in recent decades. With the advent of the internet and digital technologies, the way news is created, distributed and consumed has changed radically. Traditionally, journalism was dominated by the mass media, such as newspapers, radio and television, which controlled access to information and how it was distributed. However, with the emergence of digital, the information landscape has become more decentralised and accessible, creating new opportunities and challenges.

Digital journalism is characterised by the use of online platforms, such as websites, blogs, social media and mobile applications, to produce and disseminate news content. This approach has democratised information, allowing anyone with an internet connection to access and contribute to the news. At the same time, it has introduced new dynamics in the relationship between producers and consumers of news, influencing journalistic practices and the media business model.

research objectives:

This thesis aims to explore and analyse the concept of digital journalism, focusing on:

Evolution and definition: understanding how digital journalism has evolved from traditional models and defining its main characteristics and practices.

Technologies and tools: analysing the technologies and tools that have facilitated the growth of digital journalism, such as social media, content management platform.

Implications for the industry: assess the implications of digital journalism for news production and distribution, including changes in editorial practices and business model.

1.Digital journalism

Johann Gutenberg, who lived in Germany in the 15th century, is considered the father of movable type printing. His invention, dated between 1436 and 1440, revolutionised the world of knowledge dissemination. Gutenberg's system used metal cubes with raised letters that, arranged to compose lines of text, created a negative page. Once inked, these cubes could be pressed against the paper to produce printed copies. This innovative technique gave birth to the early book industry, making

books more affordable than the expensive production of manuscripts, although costs remained high and initially limited reading access to churches and monasteries. The Gutenberg Bible, printed between 1454 and 1455, represented the first great publishing success, with a print run of about 180 copies on paper and others on precious materials, profoundly influencing the culture of the time. Gutenberg's technique quickly spread across Europe, starting in Germany and arriving in Italy about ten years later. This technology allowed books and documents to be printed more quickly and more cheaply, laying the foundations for the spread of knowledge and influencing the society and culture of the time.

Early Development of Information Sheets (16th-17th Centuries):

Between the 16th and 17th centuries, print journalism began with the emergence of broadsheets and the advancement of movable type printing by Johannes Gutenberg. In Italy, state control over printing limited news dissemination, requiring approval for publication and preventing the spread of unwanted information. To bypass censorship, handwritten notices emerged in cities like Rome and Venice, covering global news and local updates. These notices evolved into the "gazzetta," named after the Venetian coin for their price, which allowed wider public access to information.

The gazzetta laid the groundwork for modern journalism by providing regular news updates and making information accessible to a broader audience. Its publication model set precedents for monetizing news, emphasizing political and economic content. The success of the gazzetta inspired similar publications across Europe, marking the beginning of a more systematic approach to journalism.

1.2 Evolution of Journalism (17th-19th Centuries)

Newspapers became a staple of public information in the 17th century, with the first modern newspaper, the *Einkommende Zeitung*, appearing in Germany. By the 18th century, newspapers like the *Gazzetta di Mantova* and *The Times* in England had established regular publication formats, including advertisements. This period saw significant growth in readership due to increased literacy and industrialization.

The Enlightenment further promoted literacy, leading to a rise in demand for newspapers as vehicles for disseminating new ideas. The Industrial Revolution introduced technologies like steam printing, which allowed for faster and cheaper production of newspapers, appealing to a wider audience and establishing mass journalism.

1.3 Journalism in the Age of Enlightenment and Industrial Revolution:

During the Enlightenment, journalism shaped public opinion on crucial issues, and newspapers became key sources of information. The Industrial Revolution facilitated the emergence of news agencies, such as the Associated Press, to provide constant news coverage. This led to a shift in journalistic style toward concise and direct reporting, moving away from literary prose.

The Crimean War marked a turning point in journalism, with direct reporting from the field and the introduction of war photography, changing public perceptions of conflict. Overall, the evolution of

journalism during this period set the foundation for the modern newspaper industry and its role in society.

1.4 New Means of Transmitting Information (19th Century)

In the early 19th century, the primary method for sending letters was still the postal service, supplemented by carrier pigeons. A major shift occurred with the invention of the telegraph, which could transmit about 30 words per minute. By 1852, a national telegraph network was established in countries like Great Britain, France, and the U.S., with the first transatlantic cable laid in 1866.

The introduction of the Baudot system in 1874 further increased transmission speeds to 100 words per minute, paving the way for the telex, crucial for newsrooms. This technology enabled newspapers like the New York Herald to connect their editorial offices in Paris and New York, ensuring timely updates for European readers. The Daily Mail also utilized the telegraph to produce identical editions across long distances. These advancements led to the emergence of new professions such as stenographers and typists. The invention of the telephone in 1880 enhanced the speed of news transmission through rapid dictation. While newspapers quickly adopted these technologies, periodicals took longer to integrate text and images, ultimately incorporating illustrated advertisements that set them apart from traditional newspapers.

2. Journalism in the 20th century

During the 20th century, newspapers grew in importance within society, acquiring an ever-increasing influence on political choices and the orientation of public opinion. Technological advancement made it possible to speed up the dissemination of news and increase the pluralism of information, but despite this, freedom of the press remained vulnerable and could be restricted or suppressed by the authorities, as happened in the past. During the First World War, newspapers were used by all countries involved as instruments of patriotic propaganda. The authorities imposed preventive censorship with the justification that the news could be exploited by the enemy. In this context, US Senator Hiram W. Johnson observed: "when war breaks out, the first casualty is the truth". Even in later conflicts, the control of information by military authorities became common practice. The totalitarian regimes that emerged in Europe in the first half of the 20th century, such as fascism, Nazism and communism, exploited the media, turning them into tools to heavily influence public opinion and impose consensus through a controlled and servile press. In democratic countries, by contrast, the press continued to develop despite the difficulties. However, the large publishing groups turned into powerful centralised enterprises, raising problems related to the concentration of information power. Towards the end of the century, the press lost some of its centrality due to the increasing competition from other mass media, such as radio, cinema and especially television. These new media forced newspapers to adapt

to different communication models. The advent of the computer revolution and real-time communication, in the context of an increasingly globalised world, offered new horizons for journalism, with a strong shift towards digital information.

2.1 The advent of radio and television: the impact on traditional newspapers

The introduction of radio in the 1920s and television in the 1940s and 1950s marked a significant shift in the media landscape, profoundly affecting traditional print journalism. These new media changed the way journalism was done and posed crucial challenges to newspapers, forcing the print industry to reinvent itself in order to remain relevant.

The impact of radio on journalism

Immediate access to information: radio introduced the possibility of broadcasting news in real time. This represented a major innovation compared to newspapers, which had a limited publication frequency (daily or weekly). With radio, listeners could receive updates on important events and breaking news immediately, without having to wait for newspapers to publish. Moreover, radio brought a new level of intimacy and personality to journalism. The voices of reporters and presenters became familiar to listeners, creating a direct and personal relationship with the audience. This novelty increased the emotional involvement of the audience, who could hear the voices of reporters in the field or political personalities. We can say that radio extended access to news even to those who were not literate, expanding the audience for

information. In this way, radio made journalism accessible to a wider section of the population.

2.2 The impact of television on journalism

Real-time images and audio: the integration of visual images revolutionised the way journalism was done. Television made it possible to see events, political speeches, and important news directly as never before. This added a new level of credibility and emotional impact, making news more vivid and immediate. Historical events such as the 1969 crash landing or the assassination of John F. Kennedy were followed in real time by millions of people. We can also talk about visual reporting and storytelling. Television transformed journalistic storytelling, with video becoming the key to telling stories. Visual reports allowed for "showing" rather than "telling" an event, making the experience more immersive and engaging. News programmes and talk shows: daily news and in-depth programmes took news coverage to a new level, shifting the audience's focus from newspapers to television. Peak times for news programmes became central moments in many people's day.

2.3 Challenges for traditional newspapers

Competition over publication times: both radio and television provided news in real time, while newspapers only published once a day. This made print media less attractive to those who wanted immediate updates. Newspapers had to face the challenge of remaining relevant in an environment where news had already been disseminated

before it reached the hands of readers. The decline in circulation and advertising revenue: with the rise in popularity of radio and, later, television, newspaper circulation began to decline, this decline negatively affected advertising revenue as companies shifted their investments to new media. Radio and television commercials offered more visibility than newspaper and magazine advertisements.

2.4 Adaptation to investigative and in-depth journalism:

To survive in an environment where radio and television dominated instant information, newspapers began to specialise in investigative and in-depth journalism that took longer to process. While radio and TV provided quick news coverage, newspapers could offer detailed analysis, commentary and more comprehensive investigations into complex issues.

Reorganisation of production: newspapers had to rethink their production models, shifting their focus from simple reporting to the production of exclusive, in-depth and thoughtful content. Opinion articles, editorials and investigative reporting became the backbone of newspapers, while the coverage of "breaking news" passed to the electronic media.

2.5 Convergence and collaboration:

Over time, newspapers began to collaborate with the new media. Print journalists and editors also began to appear in radio and television programmes, expanding their visibility and trying to create a synergy between the different media.

Survival of print journalism: despite increasing competition from electronic media. Newspapers have maintained their own distinctive niche, relying on their credibility and ability to offer in-depth analysis. Unlike radio and television, which focused on quick news and immediate updates, the press has been able to distinguish itself through quality investigations and detailed reportage, offering added value in terms of reflection and in-depth coverage of issues.

But let us look deeper:

How did radio change the way news was delivered and what was its impact on traditional journalism during the early 20th century? The introduction of radio in the 1920s revolutionised the dissemination of news, allowing immediate coverage of events compared to the press. News could now reach a wider audience in real time, reducing the gap between the event and its communication. This led to the emergence of live journalism, which required immediate synthesis and clarity, prompting newspapers to focus on analysis and in-depth reporting to distinguish themselves from radio. Radio also democratised information, making news more accessible to people who might not regularly read newspapers.

To what extent has television changed the public's expectations of news coverage, especially in terms of immediacy and visual access to news?

Television has introduced a visual and immediate component to journalism, making news more engaging through live images and visual reports. Public expectations have shifted towards immediate and spectacular coverage of events, such as war reports or natural disasters. Newspapers, for their part, had to adapt, offering more in-depth context and analysis that television, due to its fast-paced and often superficial nature, could not provide. This led to the coexistence of two types of journalism: immediate and visual on the one hand, reflective and analytical on the other.

What were the main economic challenges newspapers faced with the advent of radio and television, in terms of circulation and advertising revenue? As the popularity of radio and TV increased, newspapers saw their circulation and, consequently, advertising revenues shrink. Advertising companies preferred to invest in radio and TV because they offered a larger and more direct audience. This forced many newspapers to reduce their production costs and look for new strategies to retain readers, such as subscriptions and promotions.

How have newspapers adapted their content and editorial strategies to compete with the real-time news offered by radio and television? To compete with the speed and immediacy of radio and television, newspapers changed their editorial approach, focusing more on analytical, investigative and in-depth content. They also started to collaborate with television and radio journalists, integrating the various media. This adaptation led to journalism that was more focused on investigations and opinion articles, as opposed to simple reporting.

How has the convergence of print journalism and electronic media affected the media landscape? The convergence of print and electronic media has led to greater collaboration between traditional journalists and new media, with the integration of video, live streaming, and multimedia

content into newspapers as well. This integration has enriched the media landscape, allowing newspapers to survive in the digital world, through new formats such as podcasts, news apps, and by offering multi-channel content that maximises the strengths of each medium.

3. Journalism and propaganda

During the world wars and in totalitarian regimes, journalism was frequently used as a propaganda tool, playing a crucial role in shaping public opinion.

Journalism as a propaganda tool: during the First World War, the governments involved in the conflict exploited journalism and the mass media to justify the war and demonise the enemy. Propaganda included posters, films, newspapers and radio broadcasts, aimed at mobilising human and material resources for the war effort, as well as keeping the morale of the civilian populations high. In the United States, the Committee on Public Information led a massive propaganda campaign, aimed not only at adults but also at children, with the goal of instilling a sense of patriotism from a young age.

During the period of totalitarian regimes, such as the racist regime in Germany and the fascist regime in Italy, control of the media was central to promoting state propaganda. Journalists, under strict censorship, were often forced to convey messages that supported regime ideologies, while the independent press was silenced.

Effects on media credibility:

During the totalitarian regimes of the 20th century, media manipulation became a central element of social and political control strategies. The credibility of the media was severely undermined, as regimes exploited newspapers, radio and later television to construct a distorted reality that served to strengthen power and manipulate public opinion. During fascism, Nazism and Soviet communism, the media were turned into instruments of state propaganda. The press, once considered a bastion of freedom and pluralism, became an apparatus through which dictatorships could impose an unambiguous narrative. Joseph Goebbels, propaganda minister of the Third Reich, is the best known example of how media control was used to orientate collective thinking. News was filtered, altered or fabricated to glorify the successes of the regime, demonise enemies and suppress all forms of dissent. One of the most powerful tools at the disposal of totalitarian regimes was censorship. All media content was carefully scrutinised before being published. Any news that could undermine the stability of the regime or stimulate dissent was systematically removed or edited. Preventive censorship, already used during conflicts such as the First World War, was extended on a large scale. Journalists had to comply with state directives, losing the freedom to investigate and report events objectively. This created an environment of self-censorship, where fear of repercussions conditioned journalistic work and the quality of information conveyed to the public.

3.1 Manipulation of public opinion :

The tight control of the media led to a radical manipulation of public opinion. In Germany, under Nazism, propaganda succeeded in shaping the image of the Führer as an infallible and charismatic figure,

while in the Soviet Union, the press and radio celebrated Stalin's infallibility. In Italy, Benito Mussolini used the media to create the myth of the strong and omnipresent man. These totalitarian leaders were able to use the media to manipulate not only information, but also the perceptions of the population, directing the emotions and behaviour of the masses. The media were thus instruments of legitimisation of power, able to deceive people into feeling part of a strong and united national community, while eliminating any possibility of democratic confrontation. The reduction in credibility and the damage to the press:

The press, as a result of this totalitarian control, completely lost its credibility. The public, aware that the media were assertive to political power, began to distrust the information they received. The media's main function, to inform independently and critically, was subverted. This process contributed to the gradual disintegration of free and pluralistic journalism. In totalitarian regimes, independent journalism was practically wiped out, replaced by a press aligned and subordinated to the interests of power.

3.2 Lasting effects on the press and journalism

Even after the fall of totalitarian regimes, the wounds inflicted on the credibility of the press were felt for a long time. The difficulty in re-establishing a free and credible press, especially in countries that had suffered decades of propaganda, was a slow process. In many cases, the very idea of journalism remained suspect in the eyes of the public, who had lived in an environment of constant disinformation. Post-regime journalism was confronted not only with the new challenges of freedom

of expression, but also with the need to rebuild a relationship of trust with readers.

In short, the totalitarian regimes of the 20th century profoundly altered the relationship between media and society, transforming the media from an instrument of information into a vehicle of propaganda. Censorship, manipulation and tight control undermined the credibility of the media, leaving a negative legacy that took decades to overcome. Even today, the debate on media independence and ethics has its roots in that period of severe distortion of information.

4.The advent of digital journalism: an in-depth analysis

4.1Transition from paper to digital:

The transition from print to digital has been one of the most significant changes for modern journalism, profoundly affecting the way news is produced, distributed and consumed. The process of digitisation of journalism began in the 1990s, coinciding with the global spread of the Internet, which paved the way for new forms of communication and instant access to information.

The early stages of digitisation:

In 1993, US newspapers, such as the San Jose Mercury News, were among the first to create online versions of their newspapers. However, the first experiments were not an immediate success. The digital versions were often mere copies of the printed version, lacking additional content or real-time updates, and often required a subscription, which discouraged readers. Nevertheless, these early initiatives marked the beginning of an epochal transformation in the sector.

In Italy, L'Unione Sarda was the first newspaper to launch an online version in 1994; this moment marked the beginning of a new era for Italian publishing, although, as in the United States, initial success was not immediate.

4.2 Benefits of digitisation :

One of the main benefits of digitisation for newspapers has been access to a global audience. The Internet removed geographical barriers, allowing readers to access news from anywhere in the world. News was no longer tied to the physical boundaries of print distribution, allowing newspapers to expand their readership.

Furthermore, the ability to update news in real time radically changed the speed of information. Editors could now publish continuous content and updates, responding to the growing public demand for timely and detailed news. From an economic perspective, digitisation reduced the costs associated with the printing and physical distribution of newspapers, allowing newsrooms to save money and focus on other areas such as editorial quality and digital expansion.

4.3 Disadvantages of digitisation:

Despite the advantages, digitisation has also brought with it a number of challenges for traditional newspapers. The decline in sales of print editions was an immediate problem, with many readers opting for free online versions rather than buying a newspaper. This had a direct impact on advertising revenue, a key area of funding for many newspapers.

Competition with other online platforms, including digital news agencies and blogs, has pushed traditional newspapers to find new ways to differentiate themselves and monetise their content. Many have introduced subscription models, but not all have managed to strike the right balance between free and paid accessibility.

Furthermore, unlimited access to information has posed new challenges in terms of quality and verifiability of news. The competition for views has led in some cases to the proliferation of fake news and sensationalist articles, negatively affecting public trust in the media.

Impacts for journalists:

For journalists, digitisation has profoundly changed their working methods. Their role has evolved from that of mere news producers to content curators, forced to manage ever-increasing volumes of information and compete with the speed of online information. Digital tools, however, have also offered new opportunities, such as the possibility of monitoring audience reactions in real time and experimenting with new media formats.

Which were the first newspapers to go digital?

Among the first newspapers to experiment with digital are: the San Jose Mercury News 1993 and L'Unione sarda 1994. These pioneering newspapers marked the starting point of the digital transformation of journalism.

What advantages and disadvantages has digitisation brought for journalists and newspapers?

The advantages include global access, the possibility of real time updates and reduced production costs. Disadvantages include the difficulty of monetising content, the decline in print sales and the impact on news quality due to the pressure to publish quickly.

In 1994, the advent of the World Wide Web marked the beginning of the era of digital networks. Since then, a series of agreements on technological standards, such as fibre optic broadband, satellites and wireless networks, have radically transformed the information landscape. The Internet revolutionised the communication market, putting the print media into crisis, as the web became an increasingly dominant channel for disseminating news. As a result, the main daily newspapers and periodicals began to see a decline in their circulation. Companies, meanwhile, began to invest more in online advertising, forcing traditional newspapers to find new strategies to maintain their relevance in a market increasingly dominated by digital information.

Online journalism was born in the United States in 1992, when some small newspapers began experimenting with web publishing to increase their visibility. In 1993, large newspapers also made their online debut,

but with little success: the paid digital versions were only replicas of the printed ones, and few readers were willing to pay for something they could buy in physical form. The first newspaper to publish content on the web was the San Jose Mercury News in 1993. In Italy, the first online newspaper was 'L'Unione Sarda' in 1994. According to Paolo Liguori, the Internet is the most avant-garde information medium, capable of updating news in real time, without geographical boundaries. Moreover, the multimedia offered by the network allows a new way of reporting, destined to spread to television and mobile devices as well, in a digital ecosystem that makes it easy to switch from one platform to another.

According to Claudio Calabi, managing director of the 'Sole 24 Ore', the rapid technological development called for a reorganisation of working models in journalism. The power of digital media lay mainly in the hands of the telecommunications industry. The Internet and new media represent new opportunities and challenges for journalists, affecting levels of professionalism, working methods and employment prospects.

The printed and digital newspaper, while sharing the same objective, differ in their characteristics and potential. The former is a finished product, mediated by the journalist, who decides which news deserves priority. The second, on the other hand, is an open and interactive product, where the reader has a central role in news selection and can access multimedia content such as images, videos and sounds. The journalist, therefore, is transformed from a mediator of news to a manager of information available on the web, facilitating dialogue with the public and offering more interactive and multimedia content.

5. the crisis of business models:

The resurgence of traditional journalism business models has been one of the most significant challenges facing the media industry with the advent of the Internet. The established business model, based on the sale of print copies and advertising revenues, suffered a severe blow with the free dissemination of news on the web and the growth of competition in the digital information market. Let us look in more detail at how newspapers have adapted, what new models have been implemented and what have been their main successes and failures.

5.1 How the internet has transformed the economic model of newspapers:

With the massive spread of the internet and the availability of free content, readers gradually abandoned the purchase of print versions. This has had a devastating effect on traditional newspapers that based their business model on selling copies. In addition, the rapid development of digital platforms such as Google and Facebook led to a massive shift in advertising revenues, leaving newspapers with a much smaller portion of the advertising market.

Newspapers have found themselves competing with technological giants that use sophisticated algorithms to offer targeted advertising. This has made traditional media less competitive and more vulnerable financially. According to a report by the Reuters Institute, over the past two decades, 70 per cent of global digital advertising revenue

has been taken by Google and Facebook, leaving little room for traditional newspapers to survive on online advertising alone.

5.2 Adapting to new digital business models:

To survive, newspapers have had to reinvent themselves, adopting hybrid models and innovative strategies to try to monetise their content and retain their audience. Some of the models that have emerged include:

The paywall model has become one of the main strategies to monetise journalistic content online, especially to counteract the free dissemination of news on the web. This system allows access to articles to be restricted to paying users, offering a more stable source of income than digital advertising alone.

types of paywall:

Hard paywall: completely limits access to content to non-subscribers. Magazines such as the Wall Street Journal have successfully adopted this strategy, offering very specialised business and financial news.

Flexible paywall (metered paywall): allows free access to a limited number of articles each month. The New York Times, for example, allows users to read a certain number of articles per month for free, after which a subscription is required.

Freemium: some content is free, while more exclusive or in-depth material is only available to subscribers. This model has been adopted

by newspapers such as The Guardian, which offers access to additional content for supporters.

paywall successes:

The New York Times: since the launch of its paywall in 2011, the New York Times has seen a steady increase in digital subscriptions. By the end of 2023, it had more than 10 million subscribers, proving that the quality of its content and the breadth of its coverage can justify payment by users.

The Washington Post: under the leadership of Jeff Bezos, the Washington Post implemented a metered paywall that helped grow the digital subscriber base. The combination of a moderate paywall and strong technological innovation led to increased revenue and expansion of the newspaper.

5.3 challenges for local and niche newspapers:

Despite the successes of large international newspapers, the paywall model has proven less effective for local or niche newspapers. The latter often lack the necessary scale and prestige to attract a sufficient number of subscribers. Local newspapers face several

difficulties:

Difficulty of competition: users prefer to subscribe to large national or international titles, limiting the possibility for local newspapers to obtain subscribers.

Reduced resources: local newspapers, which have traditionally enjoyed a strong presence in communities, have seen a decrease in resources and the ability to produce exclusive, high-quality content, which is essential to convince readers to pay .

examples of failures:

Local newspapers such as the Tampa Bay feared the Philadelphia Inquirer experienced difficulties in successfully implementing the paywall, as they failed to generate sufficient revenue from digital subscriptions. This is partly due to competition with large national newspapers and the availability of free local news through other sources.

advantages and limitations of the paywall model :

Advantages

Offers a stable source of revenue, independent of the fluctuations of the digital advertising market.

Encourages the production of quality content, as readers only pay if they perceive added value.

Allows newspapers to retain more control over their content, compared to models based solely on advertising.

Limitations:

Reduces audience potential, excluding readers unwilling or unable to pay.

Difficulties in attracting subscribers for local newspapers or those with less extensive or less specialized coverage.

Dependence on the number of subscriptions may push newspapers to favour “popular” content rather than valuable information content, influencing the editorial line.

Traditional online advertising, like banner ads, has become less effective due to the rise of ad-blockers. In response, many newspapers are turning to alternative methods like native advertising and branded content.

Native advertising mimics the style of newspaper articles or site content, making it less intrusive and more effective, but it must be clearly labeled as sponsored to maintain transparency and trust. Branded content focuses on storytelling that reflects a brand's values without being overtly promotional, allowing for a deeper connection with readers.

In both cases, transparency is essential to preserve reader trust and ensure these advertising approaches are viewed as valuable rather than manipulative.

6. Donations and funding from the public

The model of public donations and funding is gaining traction among independent newspapers that seek to avoid reliance on advertising and paywalls. Outlets like The Guardian and ProPublica have successfully implemented this approach, encouraging readers to make voluntary contributions. The Guardian maintains accessibility by forgoing a paywall, instead appealing for financial support, which has enabled it to produce high-quality journalism, particularly in climate and investigative reporting. ProPublica, as a non-profit, relies on grants and public donations to fund extensive investigations into critical issues like corruption and social injustice.

This donation-based model allows for greater independence from advertising pressures, focusing on the public interest, but its success hinges on reader trust and willingness to contribute financially.

The freemium model has also emerged as a popular strategy, offering some content for free while reserving premium, in-depth articles for subscribers. This approach aims to attract a broad audience while generating sustainable revenue from those willing to pay for exclusive content, such as investigative reports and early access to news.

However, the digital transition has not been smooth for all newspapers. Many small local publications have struggled financially, leading to closures or reduced operations. Notable failures include La Tribune in France and The Independent in the UK, which shifted to digital but faced financial challenges. Conversely, The New York Times has thrived with over 7 million digital subscribers, showcasing the potential of a well-

structured subscription model, alongside successes like the Financial Times, which targets a niche audience with specialized content.

6.1 Challenges still open:

The future of digital journalism faces significant uncertainty, primarily regarding economic sustainability. Many newspapers struggle financially, particularly with the growing reliance on social media platforms that often prioritize sensationalist content over in-depth reporting. This reliance poses challenges in controlling algorithms and maintaining the credibility of journalism in an era rife with fake news and misinformation, prompting newsrooms to invest in fact-checking and initiatives to build reader trust.

Digital platforms and social media have drastically changed how news is created, shared, and consumed, requiring journalists to continually adapt their methods to preserve accuracy and public confidence. The pressure to produce content quickly often leads to competition with alternative news sources and a focus on speed at the expense of quality. The proliferation of disinformation on social media further complicates journalism's role as a truth guardian.

The Digital News Report by the Reuters Institute in 2020 highlighted that online sources have surpassed television as the primary information medium. This shift reflects a broadening of the formats and platforms the public uses to stay informed, with social media like Facebook and Twitter increasing visibility for independent outlets. A notable transformation occurred during the COVID-19 lockdowns, particularly

with Instagram, which necessitated innovative approaches to make news accessible directly on the platform without external links.

Journalism today spans various channels—including traditional media, social platforms, podcasts, and emerging platforms like TikTok and Twitch—leading to a diversification in the language and presentation of news.

Will Media, a prime example from Italy, has successfully utilized Instagram to create and distribute news. With nearly 700,000 followers, it focuses on clear, engaging content that resonates with a young audience. By leveraging Instagram's diverse formats—such as posts, carousels, memes, and interactive stories—Will Media embodies a new form of multimedia or "social" journalism, showcasing the potential of platforms to redefine news delivery in the digital age.

How has social media changed the way people consume news? What challenges do they pose for the quality and truthfulness of information?

Social media as mentioned above has radically transformed the way people access, share and interact with news. Some of the main changes include:

Instant and continuous access: thanks to social media, news is accessible in real time, 24 hours a day. Digital platforms provide instant updates, making users constantly informed about the latest news.

Personalisation of consumption: algorithms on social media show users personalised content based on their interests, interactions and network of friends. This has changed the news consumption experience, as people can now receive information closer to their opinions and

preferences.

Increase in non-traditional sources: in addition to traditional news outlets, new information actors have emerged on social media, including blogs, influencers and independent platforms. This has created a wide range of voices, many of them outside traditional channels.

Increased interaction and participation: on social media, users not only consume news, but can also comment, share and discuss, increasing participation and the creation of a "conversation" around current events.

Fragmented and short news: social provides short and visually appealing content. Consequently, much news is condensed into shorter formats such as tweets, stories or reels. This has implications for the depth and complexity of the information being communicated.

6.2 Challenges for the quality and veracity of information

Misinformation spreads rapidly on social media, often outpacing fact-checking efforts and undermining trust in information. Users are frequently trapped in "echo chambers" created by algorithms that show content aligning with their beliefs, which can increase social and political polarization by limiting exposure to diverse opinions.

Additionally, news is often simplified or distorted for quick consumption, leading to misinterpretations of complex events. The pressure to publish quickly can compromise journalistic quality, resulting in unverified information being shared. Furthermore, the online advertising model

incentivizes sensationalist headlines or "clickbait," prioritizing attention-grabbing content over thorough and objective reporting.

7. Fake News and Post-Truth

Article by Marco Ferrari, Rome, Italy

The year 2020 will be remembered not only for the devastating pandemic that shook the world, causing millions of deaths and destabilizing global economies and social systems, but also for the intensification of the phenomenon of "fake news." This period marked the evolution of false news into a true "weapon" of mass disinformation, capable of profoundly influencing public and private decisions, distorting the perception of truth and actual facts. In this way, the values of transparency and reality have been sidelined, paving the way for new forms of radicalization and manipulation of the masses.

Fake news and disinformation content, disguised as articles, images, or videos to manipulate public opinion, have always existed. A famous example dates back to 1938, when Orson Welles announced an alien invasion on the radio, causing panic among the population. Another emblematic case is from 1835, when the New York Sun published a series of articles describing the Moon as inhabited by plants and animals, signed by the fictitious scientist Andrew Grant. Fake news has also had devastating consequences. The "Protocols of the Elders of Zion," a false theory that posited a Jewish conspiracy to dominate the world, was used by the Nazis to justify the Holocaust. More recently, we have witnessed the spread of conspiracy theories such as "COVID-19 is a creation of pharmaceutical companies" or "the American elections

were rigged." In Italy, a similar case involved a photo shared by Matteo Salvini's party, showing a group of seemingly healthy Black individuals, used to support the claim that the exodus from Africa was a hoax. The photo was, in fact, of a famous rapper taking a selfie with his friends. These episodes demonstrate how unchecked disinformation can have grave repercussions on both social and political levels.

Why Does This Happen?

The rise of fake news is closely tied to technological advancements and the widespread use of social networks, which have transformed communication. With approximately 3.7 billion social media users—projected to reach 4.4 billion by 2025—the influence of these platforms on daily life is substantial. In Europe, around half the population uses Facebook, with high engagement across generations. This shift from a publisher-controlled broadcast model to a user-driven social model has expanded freedom of expression but also allowed for the unchecked spread of misinformation. The lack of professional oversight makes it easy for fake news to proliferate, turning it into a potent tool for social and political manipulation.

What Are the Most Common Motivations for Spreading Fake News?

To Make Money: Fake news sites contain advertisements from other advertisers; the more views, the greater the profits.

To Increase Sales and Visibility of Newspapers and News Sites: There are real cases of professional newspapers using clickbait strategies (attention-grabbing headlines) or outright fake news to boost sales.

To Influence Choices and Manipulate Public Opinion Strategically: This includes defamatory campaigns against public figures.

To Scam and Steal Users' Personal Data: Many phishing emails masquerade as official companies or institutions.

AI technologies have advanced to the point where they can create highly realistic manipulated videos. A notable example is an experiment at Washington University, where researchers generated a video of Barack Obama delivering a speech he never gave by analyzing his facial movements and syncing them with an audio file. This ability to produce and distribute fake content poses significant risks, as it can easily influence public opinion and political decisions.

During events like the Brexit referendum, Russian-linked social media accounts shared over 1.855 million anti-EU posts to sway voters. Similar tactics were seen in the 2017 German elections and the 2018 Italian elections, targeting far-right movements and promoting anti-immigration sentiments. These examples illustrate how disinformation can undermine democratic processes and advance anti-democratic agendas.

In Italy

In 2018, leading up to the Italian political elections, over 150 fake accounts were activated on Twitter and Facebook to promote Matteo Salvini and the Northern League. These dormant accounts were reactivated to influence the March 4 vote, part of a larger disinformation strategy that included spreading fake news and using trolls, bots, and identity falsification. This manipulation reflects the post-truth era, where political ideologies distort objective reality, as seen in historical examples like climate change denial and COVID-19 misinformation.

Globally, similar tactics have been observed, with Twitter removing over 32,000 accounts tied to disinformation campaigns from countries like

China, Russia, and Turkey. Social media platforms have also deleted millions of fake accounts spreading conspiracy theories during the pandemic. Such practices have undermined political and social stability, contributing to significant events like the Capitol assault in the U.S

7.1 Fact-Checking

Fact-checking is the process of verifying information, primarily used in journalism and communication to ensure that claims, facts, or data presented in a piece of content are accurate and correct. This process has become increasingly important with the rise of fake news and disinformation, especially on social media. Fact-checking can be conducted before the publication of an article or afterward, and it involves examining sources, verifying statistics, checking quotes, and comparing different accounts of events or claims. Many organizations, such as Politifact, Snopes, and FactCheck.org, are dedicated exclusively to this purpose and provide tools to help the public distinguish between true and false information. The importance of fact-checking has increased in the digital age, where the speed of information dissemination can outpace the ability to verify its accuracy, making continuous effort necessary to maintain the quality and reliability of news.

How to Distinguish True News from False News:

Verify Sources: Always check the source of a news story. Trustworthy news comes from reputable outlets. Be cautious with unknown sites or anonymous sources.

Cross-Referencing: Compare the news with other credible sources. If multiple authoritative outlets report the same information, it's more likely

to be accurate. Fact-checking websites like Snopes or FactCheck.org are useful for validation.

Watch for Sensationalist Headlines: Fake news often uses catchy or exaggerated headlines. If it seems too outrageous, check the article details before sharing.

Check Images and Videos: Digital manipulation can alter images and videos. Use tools like Google Reverse Image Search to verify the authenticity of visuals.

With a critical approach and the use of fact-checking tools, both journalists and readers can combat the spread of fake news.

7.2The Future of Digital Journalism: An Overview

Technological Innovations and New Forms of Journalism

New technologies are transforming journalism, offering significant opportunities and challenges: Artificial Intelligence (AI): AI is changing how news is produced and distributed. It automates article writing and improves accuracy in fact-checking. For example, The Washington Post uses its AI tool, Heliograf, for data-driven articles, while Bloomberg employs similar algorithms for real-time financial reporting. Big Data: This allows for deeper investigative and analytical journalism. By processing real-time data, journalists can produce detailed reports. ProPublica, for instance, has leveraged big data to uncover issues like tax evasion and corruption.

Blockchain: This technology enhances source verification and protects digital rights. It enables tracking news from its origin to distribution, promoting transparency. Startups like Civil are exploring decentralized

models where readers can directly support journalists. Augmented Reality (AR) and Virtual Reality (VR): These technologies are enhancing user experience. VR allows readers to immerse themselves in events like natural disasters, while AR adds real-time information to articles and videos.

How Are New Technologies Used in Journalism?

Technologies like AI, big data, and blockchain enhance accuracy, efficiency, and transparency in journalism. AR and VR transform user experiences, while blockchain enables decentralized and secure source verification.

8.Future Prospects for Digital Journalism

The future of journalism will be increasingly automated and personalized, with a growing reliance on AI for news production and verification. Immersive technologies like AR and VR will change how news is consumed, and blockchain may ensure greater transparency and reliability in information dissemination. However, balancing these technological advancements with ethical and professional journalism standards will be crucial.

Ethical and Professional Challenges in Digital Journalism:

As technology advances and digital platforms become more influential, journalists face a range of unique ethical and professional challenges in the digital age. These challenges include managing privacy and digital rights, combating disinformation and fake news, and maintaining high professional standards in a rapidly changing environment. Here's a detailed exploration of these issues:

8.1 Privacy and Digital Rights

With the rise of data mining and online tracking technologies, journalists now have unprecedented access to personal information. However, this access raises important ethical questions. Journalists must balance the public's right to know with individuals' right to privacy. Regulations like the GDPR (General Data Protection Regulation) in Europe add complexity, as they limit the misuse of personal data. While the GDPR promotes greater transparency in data handling, journalists must navigate these regulations carefully to avoid violations while seeking crucial information. An ethical challenge is to protect vulnerable subjects from unjust exposure, especially when reporting on sensitive topics such as crime, illness, or traumatic events.

Additionally, journalists must contend with government surveillance, as many governments use digital tools to monitor their activities, posing a threat to press freedom. The anonymity of sources becomes critical in protecting individuals who may face retaliation for sharing information with the media.

In summary, the ethical landscape for journalists in the digital age is fraught with challenges that require careful consideration and a commitment to upholding professional standards.

8.2 Ethical and Professional Challenges in Digital Journalism

Disinformation and Fake News: Disinformation poses a significant challenge in the digital landscape. Fake news—deliberately misleading or false information—spreads rapidly via social media, exacerbated by algorithms that prioritize sensational content. Events like the 2016 U.S. elections and the COVID-19 pandemic illustrate the harmful impact of fake news on public health and trust in institutions. Journalists must develop robust fact-checking strategies to combat this issue, but the resources and time required often conflict with the fast-paced nature of digital journalism.

Speed vs. Accuracy: The urgency to publish news quickly can lead to inaccuracies. Journalists face pressure to be the first to report stories, which can result in significant errors and damage to their reputation. The rapid spread of unverified information on social media amplifies this problem, as seen in the Boston Marathon bombing incident, where incorrect information was disseminated in the rush to report.

Social and Ethical Impact: Journalists must recognize that their reporting shapes public opinion and political discourse, especially in a polarized environment. Sensational or biased coverage on controversial issues can deepen divisions. They must navigate the fine line between freedom of expression and social responsibility, ensuring their work does not incite hatred or harm.

Media Manipulation and Deepfakes: The rise of deepfake technology poses a growing threat to news credibility. These realistic fake videos can spread disinformation and interfere with democratic processes. Journalists must employ advanced verification tools and collaborate with tech experts to address this challenge.

Strategies to Combat Fake News

Fact-Checking: Journalists can verify information through dedicated organizations like Snopes and FactCheck.org to reduce the spread of falsehoods.

Collaboration with Digital Platforms: Partnerships with social media companies can help identify and eliminate misleading content. For example, Facebook collaborates with independent news organizations to flag false news.

Public Education: Increasing media literacy among the public helps users discern reliable sources from dubious ones, using guides and educational resources.

Advanced Technologies: AI and monitoring software can automatically identify potentially false news by tracking the sources and content.

Impact of GDPR on Investigative Journalism

The GDPR affects investigative journalism by enforcing stricter data privacy regulations:

Balancing Rights: GDPR requires consent for personal data use, complicating investigations that rely on gathering information without explicit consent. However, it allows exceptions for journalistic purposes under certain conditions.

Increased Responsibility: Journalists must adhere to transparency and protection standards when handling data, potentially requiring more resources.

Limited Data Access: Access to personal data may be restricted, as companies comply with GDPR, making it harder for journalists to obtain necessary information for investigations.

In summary, digital journalism faces significant ethical challenges that require careful navigation to maintain accuracy, responsibility, and credibility in an increasingly complex media landscape.

Technologies to Counter Deepfakes and Media Manipulation:

Journalists can utilize various technologies to address deepfakes and other forms of manipulation:

Verification Tools: Applications like InVID and Forensically analyze metadata and trace signs of manipulation in images and videos, helping to determine their authenticity.

Artificial Intelligence (AI): Algorithms developed by companies like Facebook AI and Deeptrace detect deepfakes by analyzing details that are invisible to the human eye, such as micro-expressions and irregular eye movements.

Blockchain: This technology can be used to trace the origin of digital content, creating an immutable record of its authenticity and reducing the risk of forgery.

Manipulation Detection Software: Solutions like Truepic employ "Proof of Provenance" technologies to certify that an image has not been altered since it's creation.

Adopting these tools is essential for maintaining the integrity of information in an era of digital manipulation.

8.3 How Deepfake Technology Works

Deepfake technology manipulates images, videos, and audio using artificial intelligence to create highly realistic representations of individuals. This poses significant risks for fraud and misinformation, as it can distort reality and facilitate financial crimes.

Deepfakes utilize artificial neural networks that are trained on vast datasets of images to learn and replicate human facial features. By analyzing patterns in these images, the AI can convincingly alter existing content to replace one person's likeness with another's. The reduced data requirement for training these networks has made deepfakes easier to create, increasing their use in criminal activities targeting individuals, businesses, and even government entities, particularly in economically unstable regions.

8.4 Best Practices for Detecting Deepfakes

Vigilance: The primary defense against deepfakes is constant awareness, as perpetrators continuously exploit system vulnerabilities.

Spotting Signs: Look for telltale signs in deepfake videos, such as unnatural movements, inconsistent lighting, skin tone irregularities, and lip-sync issues.

Authentication Technologies: Emerging tools include cryptographic algorithms that embed digital markers in videos to signal alterations.

Leveraging AI: Companies can use machine learning and advanced analytics to detect deepfakes by employing similar technologies used by fraudsters.

Multi-layered Defense: A robust security strategy is essential, especially concerning the distribution of deepfakes.

Continuous Awareness: Maintaining awareness and vigilance remains crucial to mitigating risks associated with deepfakes,

Conclusion

This thesis examined the evolution of journalism from the printing press to digital media, highlighting how technology and social media have reshaped the profession. A major challenge discussed is the rise of fake news, which underscores the need for better verification methods and stricter regulations.

Future of Journalism:

As technology advances, journalism must adapt while maintaining ethical standards. The rise of deepfakes and media manipulation threatens public trust, making verification and fact-checking more crucial than ever.

Key Takeaways:

Journalism is essential for democracy, but it faces challenges from misinformation and the decline of traditional gatekeepers. It must embrace new technologies while fighting against false information to preserve its credibility.

Final Thoughts:

The future of journalism relies on balancing innovation with tradition, ensuring transparency and accountability. By doing so, journalism can remain a vital source of reliable information in an increasingly complex digital landscape.

Sezione lingua spagnola

Introducción

El periodismo digital representa una de las transformaciones más significativas en el panorama informativo de las últimas décadas. Con la llegada de Internet y las tecnologías digitales, la forma de crear, distribuir y consumir noticias ha cambiado radicalmente. Tradicionalmente, el periodismo estaba dominado por los medios de comunicación de masas, como los periódicos, la radio y la televisión, que controlaban el acceso a la información y la forma de distribuirla. Sin embargo, con la aparición de lo digital, el panorama informativo se ha vuelto más descentralizado y accesible, creando nuevas oportunidades y retos.

El periodismo digital se caracteriza por el uso de plataformas en línea, como sitios web, blogs, redes sociales y aplicaciones móviles, para producir y difundir contenidos informativos. Este enfoque ha democratizado la información, permitiendo a cualquier persona con conexión a Internet acceder a las noticias y contribuir a ellas. Al mismo tiempo, ha introducido nuevas dinámicas en la relación entre productores y consumidores de noticias, influyendo en las prácticas periodísticas y en el modelo de negocio de los medios de comunicación.

Objetivos de la investigación:

Esta tesis pretende explorar y analizar el concepto de periodismo digital, centrándose en

Evolución y definición: entender cómo ha evolucionado el periodismo digital desde los modelos tradicionales y definir sus principales características y prácticas.

Tecnologías y herramientas: analizar las tecnologías y herramientas que han facilitado el crecimiento del periodismo digital, como las redes sociales o las plataformas de gestión de contenidos.

Implicaciones para el sector: evaluar las implicaciones del periodismo digital para la producción y distribución de noticias, incluidos los cambios en las prácticas editoriales y el modelo de negocio.

1.Periodismo digital

Johann Gutenberg, considerado el padre de la impresión con tipos móviles, vivió en Alemania en el siglo XV. Su invención, datada entre 1436 y 1440, revolucionó la difusión del conocimiento. El

sistema de Gutenberg utilizaba cubos de metal con letras en relieve que, al ser organizados para formar líneas de texto, creaban una página negativa. Una vez entintados, estos cubos podían presionarse contra el papel para producir copias impresas.

Esta técnica innovadora dio origen a la industria editorial temprana, haciendo que los libros fueran más asequibles en comparación con la costosa producción de manuscritos, aunque los costos seguían siendo altos, limitando inicialmente el acceso a la lectura a iglesias y monasterios. La Biblia de Gutenberg, impresa entre 1454 y 1455, representó el primer gran éxito editorial, con una tirada de alrededor de 180 copias en papel y otras en materiales preciosos, influyendo profundamente en la cultura de la época.

La técnica de Gutenberg se extendió rápidamente por Europa, comenzando en Alemania y llegando a Italia aproximadamente diez años después. Esta tecnología permitió que los libros y documentos se imprimieran de manera más rápida y económica, sentando las bases para la difusión del conocimiento y transformando la sociedad y la cultura de su tiempo.

1.1 Desarrollo Temprano de los Hojas de Información (Siglos XVI-XVII)

Entre los siglos XVI y XVII, el periodismo impreso comenzó con la aparición de los pliegos y el avance de la impresión con tipos móviles por Johannes Gutenberg. En Italia, el control estatal sobre la impresión limitaba la difusión de noticias, requiriendo aprobación para la publicación y evitando la propagación de información no deseada. Para eludir la censura, surgieron avisos manuscritos en ciudades como Roma y Venecia, cubriendo noticias globales y actualizaciones locales. Estos

avisos evolucionaron hacia la "gazzetta," nombrada así por la moneda veneciana que marcaba su precio, lo que permitió un acceso más amplio a la información.

La gazzetta sentó las bases del periodismo moderno al proporcionar actualizaciones regulares de noticias y hacer la información accesible a un público más amplio. Su modelo de publicación estableció precedentes para la monetización de noticias, enfatizando contenido político y económico. El éxito de la gazzetta inspiró publicaciones similares en toda Europa, marcando el inicio de un enfoque más sistemático hacia el periodismo.

1.2 Evolución del Periodismo (Siglos XVII-XIX)

Los periódicos se convirtieron en un pilar de la información pública en el siglo XVII, con el primer periódico moderno, el *Einkommende Zeitung*, apareciendo en Alemania. Para el siglo XVIII, periódicos como la *Gazzetta di Mantova* y *The Times* en Inglaterra habían establecido formatos de publicación regulares, incluyendo anuncios. Este período vio un crecimiento significativo en la lectura debido al aumento de la alfabetización y la industrialización.

La Ilustración promovió aún más la alfabetización, lo que llevó a un aumento en la demanda de periódicos como vehículos para difundir nuevas ideas. La Revolución Industrial introdujo tecnologías como la impresión a vapor, que permitieron una producción más rápida y barata de periódicos, atrayendo a un público más amplio y estableciendo el periodismo masivo.

2.Periodismo en la Era de la Ilustración y la Revolución Industrial

Durante la Ilustración, el periodismo moldeó la opinión pública sobre cuestiones cruciales, y los periódicos se convirtieron en fuentes clave de información. La Revolución Industrial facilitó la aparición de agencias de noticias, como la Associated Press, para proporcionar cobertura constante de noticias. Esto llevó a un cambio en el estilo periodístico hacia una redacción concisa y directa, alejándose de la prosa literaria.

La Guerra de Crimea marcó un punto de inflexión en el periodismo, con reportes directos desde el campo y la introducción de la fotografía de guerra, cambiando la percepción pública sobre el conflicto. En general, la evolución del periodismo durante este período sentó las bases para la industria moderna de los periódicos y su papel en la sociedad.

3.Nuevos Medios de Transmisión de Información (Siglo XIX)

A principios del siglo XIX, el método principal para enviar cartas seguía siendo el servicio postal, complementado por palomas mensajeras. Un cambio importante ocurrió con la invención del telégrafo, que podía transmitir aproximadamente 30 palabras por minuto. Para 1852, se estableció una red telegráfica nacional en países como Gran Bretaña, Francia y EE. UU., y en 1866 se tendió el primer cable transatlántico.

La introducción del sistema Baudot en 1874 aumentó aún más la velocidad de transmisión a 100 palabras por minuto, abriendo camino al telex, crucial para las salas de redacción. Esta tecnología permitió que

periódicos como el New York Herald conectaran sus oficinas editoriales en París y Nueva York, asegurando actualizaciones oportunas para los lectores europeos. El Daily Mail también utilizó el telégrafo para producir ediciones idénticas a largas distancias.

Estos avances llevaron a la aparición de nuevas profesiones, como taquígrafos y mecanógrafos. La invención del teléfono en 1880 mejoró la velocidad de transmisión de noticias mediante la dictación rápida. Mientras los periódicos adoptaron rápidamente estas tecnologías, las revistas tardaron más en integrar texto e imágenes, incorporando finalmente anuncios ilustrados que las diferenciaron de los periódicos tradicionales.

3.1 El Periodismo en el Siglo XX

Durante el siglo XX, los periódicos adquirieron una creciente importancia en la sociedad, ejerciendo una influencia cada vez mayor en las elecciones políticas y en la orientación de la opinión pública. Los avances tecnológicos permitieron acelerar la difusión de noticias y aumentar el pluralismo informativo; sin embargo, la libertad de prensa siguió siendo vulnerable a restricciones por parte de las autoridades, como se evidenció durante la Primera Guerra Mundial, donde los periódicos fueron utilizados como herramientas de propaganda patriótica, sufriendo censura preventiva. El senador estadounidense Hiram W. Johnson observó: "Cuando estalla la guerra, la primera víctima es la verdad". En los regímenes totalitarios de la primera mitad del siglo XX, como el fascismo y el nazismo, los medios fueron utilizados para influir en la opinión pública y crear consenso a través de una prensa controlada. En los países democráticos, aunque la prensa

continuó desarrollándose, los grandes grupos editoriales se convirtieron en poderosas empresas centralizadas, lo que generó problemas relacionados con la concentración del poder informativo. Hacia finales del siglo, la prensa perdió centralidad ante la competencia creciente de otros medios masivos, como la radio, el cine y, especialmente, la televisión, lo que llevó a los periódicos a adaptarse a nuevos modelos de comunicación. La revolución informática y la comunicación en tiempo real abrieron nuevos horizontes para el periodismo, con un fuerte cambio hacia la información digital.

3.2 El Advenimiento de la Radio y la Televisión: Impacto en los Periódicos

Tradicionales

La introducción de la radio en los años 20 y de la televisión en las décadas de 1940 y 1950 marcó un cambio significativo en el panorama mediático, afectando profundamente al periodismo impreso. Estos nuevos medios transformaron la manera de hacer periodismo y presentaron desafíos cruciales para los periódicos, forzándolos a reinventarse para seguir siendo relevantes.

3.3 Impacto de la Radio en el Periodismo

La radio introdujo la posibilidad de transmitir noticias en tiempo real, lo que representó una gran innovación en comparación con los periódicos, que publicaban de forma diaria o semanal. Los oyentes podían recibir actualizaciones de eventos importantes al instante, sin esperar a que los periódicos publicaran. Además, la radio creó una

relación directa y personal con la audiencia, aumentando su involucramiento emocional. Esto hizo que la información fuera accesible incluso para quienes no sabían leer, ampliando así la audiencia.

3.4 Impacto de la Televisión en el Periodismo

La televisión revolucionó el periodismo al permitir la transmisión de imágenes en tiempo real. Los espectadores podían ver eventos importantes y discursos políticos de manera directa, lo que aumentaba la credibilidad y el impacto emocional de las noticias. Eventos históricos como el aterrizaje de emergencia de un módulo espacial o el asesinato de John F. Kennedy fueron seguidos en tiempo real por millones de personas. La televisión transformó la narrativa periodística, permitiendo que los informes visuales "mostrarán" en lugar de "contar" un evento, haciendo la experiencia más inmersiva y atractiva.

4. Desafíos para los Periódicos Tradicionales

La competencia por los tiempos de publicación aumentó, ya que tanto la radio como la televisión ofrecían noticias en tiempo real, haciendo que los periódicos resultaran menos atractivos. Esto llevó a una disminución de la circulación y de los ingresos publicitarios, ya que los anunciantes se trasladaron a los nuevos medios. Para sobrevivir, los periódicos comenzaron a especializarse en el periodismo de investigación y en análisis profundos, ofreciendo contenido exclusivo y

reflexivo, mientras que la cobertura de noticias urgentes pasó a los medios electrónicos.

Con el tiempo, los periódicos colaboraron con los nuevos medios, con periodistas y editores de prensa participando también en programas de radio y televisión. A pesar de la creciente competencia, los periódicos mantuvieron su nicho distintivo, basándose en su credibilidad y en la capacidad de ofrecer análisis profundos, lo que les permitió distinguirse en un entorno dominado por la inmediatez de la radio y la televisión.

En resumen, la radio y la televisión no solo transformaron la forma en que se entregaban las noticias, sino que también cambiaron las expectativas del público en cuanto a la inmediatez y el acceso visual a la información, lo que llevó a la coexistencia de dos tipos de periodismo: el inmediato y visual por un lado, y el reflexivo y analítico por otro.

4.1 Desafíos Económicos para los Periódicos con la Llegada de la Radio y la Televisión

Con el aumento de la popularidad de la radio y la televisión, los periódicos enfrentaron la disminución de su circulación y, en consecuencia, de sus ingresos publicitarios. Las empresas anunciantes prefirieron invertir en estos nuevos medios, ya que ofrecían una audiencia más amplia y directa. Esto obligó a muchos periódicos a reducir sus costos de producción y a buscar nuevas estrategias para retener a los lectores, como suscripciones y promociones.

Adaptación de los Periódicos a la Inmediatez de la Radio y la Televisión

Para competir con la rapidez y la inmediatez de la radio y la televisión, los periódicos cambiaron su enfoque editorial, centrándose más en contenido analítico, investigativo y en profundidad. También comenzaron a colaborar con periodistas de televisión y radio, integrando los diversos medios. Esta adaptación llevó a un periodismo más orientado a investigaciones y artículos de opinión, en lugar de la simple cobertura de noticias.

4.2 Convergencia del Periodismo Impreso y Electrónico

La convergencia de los medios impresos y electrónicos ha fomentado una mayor colaboración entre periodistas tradicionales y los nuevos medios, con la integración de video, transmisión en vivo y contenido multimedia en los periódicos. Esta integración ha enriquecido el panorama mediático, permitiendo que los periódicos sobrevivan en el mundo digital a través de nuevos formatos como podcasts y aplicaciones de noticias, ofreciendo contenido multicanal que maximiza las fortalezas de cada medio.

5. Periodismo y Propaganda

Durante las guerras mundiales y en regímenes totalitarios, el periodismo fue utilizado frecuentemente como una herramienta de propaganda, jugando un papel crucial en la formación de la opinión pública. Durante la Primera Guerra Mundial, los gobiernos aprovecharon el periodismo y los medios masivos para justificar la guerra y demonizar al enemigo. La propaganda se manifestaba en carteles, películas, periódicos y transmisiones de radio, destinadas a movilizar recursos y

mantener la moral de la población civil. En Estados Unidos, el Comité de Información Pública lideró una campaña masiva de propaganda que buscaba inculcar un sentido de patriotismo desde la infancia.

Efectos en la credibilidad de los medios:

Durante los regímenes totalitarios del siglo XX, la manipulación mediática se convirtió en un elemento central de las estrategias de control social y político. La credibilidad de los medios se vio gravemente socavada, ya que estos eran utilizados para construir una realidad distorsionada que fortalecía el poder y manipulaba la opinión pública. Regímenes como el fascismo, el nazismo y el comunismo soviético transformaron los medios en instrumentos de propaganda estatal, donde la prensa, una vez bastión de libertad, se convirtió en un aparato para imponer una narrativa unívoca. La censura fue una de las herramientas más poderosas a disposición de estos regímenes, filtrando, alterando o fabricando noticias para glorificar los éxitos del régimen y suprimir toda forma de disidencia. La autocensura se convirtió en un fenómeno común, donde el miedo a las represalias condicionaba el trabajo periodístico y la calidad de la información que se transmitía al público.

5.1 Manipulación de la Opinión Pública

El control estricto de los medios condujo a una manipulación radical de la opinión pública. En Alemania, bajo el nazismo, la propaganda logró moldear la imagen del Führer como una figura infalible y carismática, mientras que en la Unión Soviética, la prensa y la

radio celebraban la infalibilidad de Stalin. Benito Mussolini utilizó los medios para crear el mito del hombre fuerte y omnipresente. Estos líderes totalitarios manipularon no solo la información, sino también las percepciones de la población, dirigiendo las emociones y comportamientos de las masas. Los medios se convirtieron en instrumentos de legitimación del poder, engañando a las personas para que se sintieran parte de una comunidad nacional fuerte y unida, eliminando cualquier posibilidad de confrontación democrática.

5.3 Reducción de la Credibilidad y Daño a la Prensa

Como resultado de este control totalitario, la prensa perdió completamente su credibilidad. El público, consciente de que los medios estaban al servicio del poder político, comenzó a desconfiar de la información que recibía. La función principal de los medios, informar de manera independiente y crítica, fue subvertida, contribuyendo a la desintegración gradual del periodismo libre y pluralista. En los regímenes totalitarios, el periodismo independiente fue prácticamente aniquilado, reemplazado por una prensa alineada y subordinada a los intereses del poder.

5.4 Efectos Duraderos en la Prensa y el Periodismo

Incluso después de la caída de los regímenes totalitarios, las heridas infligidas a la credibilidad de la prensa se sintieron durante mucho tiempo. La dificultad de restablecer una prensa libre y creíble, especialmente en países que habían sufrido décadas de propaganda,

fue un proceso lento. En muchos casos, la misma idea del periodismo permaneció sospechosa ante los ojos del público, que había vivido en un ambiente de desinformación constante. El periodismo posterior a los regímenes se enfrentó no solo a los nuevos desafíos de la libertad de expresión, sino también a la necesidad de reconstruir una relación de confianza con los lectores.

Resumen

En resumen, los regímenes totalitarios del siglo XX alteraron profundamente la relación entre los medios y la sociedad, transformando los medios de un instrumento de información en un vehículo de propaganda. La censura, manipulación y control estricto socavaron la credibilidad de los medios, dejando un legado negativo que tomó décadas en superarse. Hoy en día, el debate sobre la independencia y la ética de los medios tiene sus raíces en ese periodo de severa distorsión de la información.

El Surgimiento del Periodismo Digital: Un Análisis en Profundidad:

La transición del papel al digital ha sido uno de los cambios más significativos para el periodismo moderno, afectando profundamente la forma en que se produce, distribuye y consume la noticia. Este proceso comenzó en la década de 1990, coincidiendo con la expansión global de Internet, que abrió camino a nuevas formas de comunicación y acceso instantáneo a la información.

6.Fases Iniciales de la Digitalización:

En 1993, periódicos estadounidenses como el San Jose Mercury News fueron de los primeros en crear versiones en línea. Sin embargo, estos primeros intentos no tuvieron un éxito inmediato, ya que las versiones digitales a menudo eran copias de las impresas, careciendo de contenido adicional o actualizaciones en tiempo real. En Italia, L'Unione Sarda lanzó su versión en línea en 1994, marcando el inicio de una nueva era para la publicación italiana, aunque el éxito inicial también fue lento.

6.1 Beneficios de la Digitalización

Uno de los principales beneficios de la digitalización ha sido el acceso a una audiencia global. Internet eliminó las barreras geográficas, permitiendo a los lectores acceder a noticias de cualquier parte del mundo. La capacidad de actualizar noticias en tiempo real cambió radicalmente la velocidad de la información, permitiendo a los editores publicar contenido continuo. Desde una perspectiva económica, la digitalización redujo costos de impresión y distribución, permitiendo a las redacciones concentrarse en la calidad editorial y la expansión digital.

6.2 Desventajas de la Digitalización

A pesar de sus ventajas, la digitalización presentó desafíos para los periódicos tradicionales. La disminución de las ventas de ediciones impresas fue un problema inmediato, con muchos lectores

optando por versiones en línea gratuitas. Esto afectó directamente los ingresos publicitarios, cruciales para muchos periódicos. La competencia con otras plataformas en línea ha obligado a los periódicos a encontrar nuevas formas de diferenciarse y monetizar su contenido. Además, el acceso ilimitado a la información ha planteado nuevos retos en términos de calidad y verificabilidad de las noticias, contribuyendo a la proliferación de noticias falsas y artículos sensacionalistas, lo que ha afectado negativamente la confianza del público en los medios.

Impactos para los Periodistas:

La digitalización ha transformado profundamente los métodos de trabajo de los periodistas, que han pasado de ser simples productores de noticias a curadores de contenido, gestionando grandes volúmenes de información y compitiendo con la rapidez de la información en línea. Sin embargo, las herramientas digitales también han brindado nuevas oportunidades, como la posibilidad de monitorear reacciones del público en tiempo real y experimentar con nuevos formatos de medios.

Primeros periodicos digitales:

Entre los primeros periódicos en experimentar con lo digital se encuentran el San Jose Mercury News en 1993 y L'Unione Sarda en 1994, marcando el inicio de la transformación digital del periodismo.

Ventajas y Desventajas de la Digitalización
Las ventajas incluyen acceso global, actualizaciones en tiempo real y reducción de costos de producción. Las desventajas abarcan la dificultad de monetizar contenido, el descenso en las ventas impresas y el impacto en la calidad de las noticias debido a la presión por publicar rápidamente.

6.3 Transformación del Modelo Económico

La llegada de Internet y la difusión de contenido gratuito han llevado a una crisis en los periódicos tradicionales, que se basaban en la venta de copias y los ingresos publicitarios. Con el crecimiento de plataformas digitales como Google y Facebook, los periódicos enfrentaron una drástica disminución de ingresos publicitarios, capturando estas plataformas el 70% de la publicidad digital global en las últimas dos décadas.

Adaptación a Nuevos Modelos de Negocio:

Para sobrevivir, los periódicos han adoptado modelos híbridos y estrategias innovadoras. Entre estos se encuentran los modelos de paywall (muro de pago), que restringen el acceso a contenido solo para usuarios que pagan. Existen tres tipos de paywall: duro, flexible y freemium.

6.4 éxitos y desafíos:

El New York Times y el Washington Post han tenido éxito con sus estrategias de paywall, aumentando suscripciones digitales. Sin embargo, los periódicos locales y de nicho enfrentan desafíos significativos debido a la competencia de grandes medios, la falta de recursos y la dificultad para atraer suscriptores.

Ejemplos:

Periódicos locales como Tampa Bay y Philadelphia Inquirer enfrentaron dificultades para implementar exitosamente el modelo de paywall, sin lograr generar suficientes ingresos por suscripciones digitales. Esto se debe en parte a la competencia con grandes periódicos nacionales y la disponibilidad de noticias locales gratuitas en otras fuentes.

6.5 Ventajas y Limitaciones del Modelo de Paywall

Ventajas:

Proporciona una fuente de ingresos estable, independiente de la publicidad digital.

Fomenta la producción de contenido de calidad, ya que los lectores pagan solo si perciben valor.

Permite a los periódicos tener más control sobre su contenido.

Limitaciones:

Reduce el potencial de audiencia, excluyendo a quienes no pueden o no quieren pagar.

Dificultades para atraer suscriptores, especialmente para periódicos locales.

La dependencia de suscripciones puede llevar a priorizar contenido "popular" sobre información valiosa. Publicidades

Alternativas:

La publicidad tradicional ha perdido efectividad por el uso de bloqueadores de anuncios. En respuesta, muchos periódicos están adoptando métodos alternativos como la publicidad nativa y el contenido patrocinado. Estos enfoques deben ser transparentes para mantener la

confianza del lector. Donaciones y Financiamiento Público
Modelos de donaciones están ganando popularidad entre periódicos independientes que buscan evitar la dependencia de publicidad. Ejemplos exitosos incluyen The Guardian y ProPublica, que se enfocan en la financiación a través de contribuciones del público.

modelo freemium:

Este modelo ofrece contenido gratuito y material exclusivo para suscriptores, buscando atraer una audiencia amplia mientras genera ingresos sostenibles.

Desafíos persistentes:

El futuro del periodismo digital enfrenta incertidumbres económicas, con muchos periódicos luchando por la sostenibilidad financiera. La dependencia de plataformas de redes sociales prioriza contenido sensacionalista, lo que plantea desafíos en la calidad y veracidad de la información. La proliferación de desinformación y la presión por publicar rápidamente comprometen la calidad periodística.

Cambio en el Consumo de Noticias por Redes Sociales
Las redes sociales han transformado el acceso a las noticias, proporcionando información instantánea y personalizada, pero también han fomentado la desinformación y la polarización. Este entorno

requiere que los periodistas adapten continuamente sus métodos para preservar la precisión y la confianza del público.

7.Desinformación y Fake News

La desinformación puede tener graves repercusiones sociales y políticas. Su auge está relacionado con avances tecnológicos y el uso de redes sociales, que han transformado la comunicación. La falta de supervisión profesional facilita la propagación de noticias falsas, convirtiéndolas en herramientas de manipulación. Las motivaciones para difundir fake news incluyen el lucro, aumentar la visibilidad de medios, manipular la opinión pública y estafar a los usuarios.

7.1Impacto de la Tecnología

Las tecnologías de IA pueden crear contenidos falsos de manera convincente, como se demostró con un video manipulado de Barack Obama. Tácticas similares se han utilizado en eventos políticos como el referéndum del Brexit y las elecciones italianas de 2018, lo que socava los procesos democráticos.

verificscion de hechos:

La verificación de información es crucial en el periodismo actual. Herramientas como Snopes y FactCheck.org ayudan a distinguir

entre noticias verdaderas y falsas. Se recomienda verificar fuentes, contrastar información y estar alerta ante titulares sensacionalistas.

8.Futuro del Periodismo Digital:

Las nuevas tecnologías, como la IA, big data y blockchain, transforman el periodismo, mejorando la precisión y la transparencia. Sin embargo, los periodistas enfrentan desafíos éticos, como la gestión de la privacidad y la lucha contra la desinformación. La velocidad de publicación puede comprometer la precisión, lo que requiere un equilibrio entre rapidez y exactitud. Retos Éticos y Profesionales: La desinformación, la manipulación mediática y el uso de deepfakes son preocupaciones crecientes. Los periodistas deben implementar estrategias de verificación y colaborar con expertos para preservar la credibilidad de las noticias en un entorno digital complicado.

Estrategias para Combatir Fake News

Para reducir la desinformación, los periodistas pueden implementar varias estrategias, como la verificación de hechos a través de organizaciones como Snopes, colaborar con plataformas digitales para identificar contenido engañoso, y aumentar la educación mediática del público. Además, tecnologías avanzadas, como IA, pueden ayudar a detectar noticias potencialmente falsas.

Impacto del GDPR en el Periodismo Investigativo:

El GDPR impone regulaciones más estrictas sobre la privacidad de datos, lo que puede complicar las investigaciones periodísticas. Aunque permite excepciones para fines periodísticos, los

periodistas deben manejar datos con mayor transparencia y responsabilidad, enfrentando limitaciones en el acceso a información personal.

8.1 Tecnologías para Contrarrestar Deepfakes

Los periodistas pueden usar herramientas de verificación como InVID y Forensically para analizar la autenticidad de imágenes y videos. La IA y la tecnología blockchain también ayudan a detectar y rastrear el origen de contenidos digitales, asegurando su autenticidad.

8.2 Funcionamiento de la Tecnología Deepfake

La tecnología deepfake utiliza redes neuronales para manipular imágenes y videos, creando representaciones realistas que pueden distorsionar la realidad y facilitar fraudes. Las mejores prácticas para detectar deepfakes incluyen estar atentos a movimientos anormales, usar tecnologías de autenticación y aplicar defensas multilayer.

9. Conclusión

La tesis ha trazado la evolución del periodismo, desde la invención de la imprenta hasta la llegada del periodismo digital. En este recorrido, hemos observado cómo la profesión periodística se ha transformado bajo la influencia de factores tecnológicos y culturales,

analizando la creciente interconexión entre el periodismo y el marketing digital. En una era dominada por las redes sociales y una producción y consumo de contenido cada vez más rápidos y globalizados, el periodismo ha perdido el control exclusivo de la narración, encontrándose en competencia con las voces de los usuarios y las plataformas mismas.

Uno de los temas tratados es el fenómeno de las fake news, que se ha convertido en uno de los principales desafíos de la era digital. La facilidad con la que la información falsa puede difundirse gracias a las nuevas tecnologías, especialmente a través de las redes sociales, ha demostrado la urgencia de implementar nuevas estrategias de verificación de historias, herramientas tecnológicas y normativas más severas. El análisis ha destacado la responsabilidad de los periodistas de distinguir entre noticias verdaderas y falsas, especialmente en un contexto informativo que evoluciona rápidamente y donde la manipulación de los contenidos se facilita por las tecnologías emergentes.

Consideraciones finales sobre la evolución del periodismo y las perspectivas futuras

La evolución del periodismo está estrechamente vinculada a la innovación tecnológica. La inteligencia artificial, el big data y los algoritmos avanzados están transformando el sector, proporcionando nuevas formas de recopilar, producir y distribuir noticias. Estas tecnologías permiten mejorar la eficiencia de los procesos periodísticos, acelerar la producción de contenido y analizar datos a gran escala para ofrecer una cobertura más completa y detallada. Sin embargo, junto a los beneficios, las innovaciones también plantean desafíos, especialmente en lo que respecta a la verificación de la veracidad de las noticias y a garantizar la integridad de la información en circulación.

El periodismo del futuro deberá enfrentar numerosas dificultades, incluida la difusión de deepfakes y otras formas de manipulación multimedia. Las tecnologías utilizadas para crear contenidos falsos, como los deepfakes, se están volviendo cada vez más sofisticadas y accesibles. Este fenómeno socava la confianza en el periodismo y dificulta que los consumidores distingan la realidad de la ficción. No obstante, están surgiendo herramientas para contrarrestar estas amenazas, como algoritmos criptográficos que insertan marcadores en videos para señalar modificaciones o alteraciones. Por lo tanto, el periodismo deberá encontrar un equilibrio entre la adopción de nuevas tecnologías y la protección de la integridad de la información.

Reflexiones personales basadas en la investigación realizada:

La investigación realizada destaca cómo el periodismo no es solo un medio para difundir noticias, sino un pilar esencial de la democracia. Sin embargo, el panorama periodístico está experimentando una transformación profunda. Internet y las redes sociales han traído consigo enormes ventajas, como el acceso inmediato a información de todo el mundo, pero también han introducido nuevos desafíos. Con la erosión del papel de los "gatekeepers" tradicionales, como editores y redactores, el control sobre la calidad de la información se ha debilitado, favoreciendo la difusión de noticias falsas y manipulaciones.

Un punto fundamental que ha emergido es la urgencia de renovar la práctica periodística, manteniendo intactos los estándares éticos a pesar de la evolución tecnológica. El periodismo se enfrenta hoy a una elección crucial: por un lado, debe abrazar las nuevas tecnologías para

seguir siendo relevante y alcanzar a un público cada vez más digital; por el otro, debe combatir las amenazas representadas por las fake news y las distorsiones de la información. La verificación de fuentes, el fact checking y el uso de herramientas tecnológicas para desenmascarar contenidos falsos son cada vez más cruciales para preservar la confiabilidad de las noticias.

Uno de los aspectos más interesantes que han surgido de la investigación es cómo la digitalización está redefiniendo el concepto mismo de periodismo. Hoy, el trabajo del periodista no se limita a relatar hechos; también debe navegar entre la complejidad de las tecnologías, las presiones comerciales y la responsabilidad social en un contexto saturado de información. En un mundo donde las redes sociales y las nuevas tecnologías están transformando la manera en que circulan las noticias, el papel del periodista es más crucial que nunca.

Conclusión general

En conclusión, el futuro del periodismo dependerá de su capacidad para enfrentar los nuevos desafíos asociados con la evolución tecnológica y social. La tecnología continuará transformando la forma en que se producen, distribuyen y consumen las noticias, pero el verdadero desafío será mantener intactos los principios éticos y profesionales que siempre han caracterizado la profesión. La transparencia, la atención constante a la verificación de la información y la lucha contra la desinformación se volverán fundamentales para mantener la confianza del público y garantizar la calidad del trabajo periodístico.

Hoy en día, los periodistas no solo están llamados a relatar hechos, sino también a gestionar una información cada vez más compleja y fragmentada, filtrando los contenidos falsos y manipulados que pueden

distorsionar el debate público. En este contexto, la integridad y la responsabilidad social de los medios son más importantes que nunca.

El periodismo, sin embargo, también debe evolucionar y encontrar nuevos modelos de sostenibilidad económica. La adopción de estrategias como los paywalls, las suscripciones digitales y el branded content ya ha demostrado que existe la posibilidad de adaptarse sin renunciar a sus valores. No obstante, es fundamental que estas soluciones no comprometan la independencia editorial o la calidad de los contenidos.

Mirando hacia adelante, el periodismo tendrá éxito solo si logra combinar innovación y tradición, aprovechando las nuevas tecnologías sin perder de vista su papel crucial en la democracia. Una prensa libre y responsable no es solo un derecho, sino una necesidad para garantizar una sociedad informada, capaz de enfrentar las complejidades del mundo moderno con conciencia y espíritu crítico. El futuro del periodismo no solo se trata de progreso tecnológico, sino sobre todo de su compromiso de seguir siendo una guía confiable y autoritaria para el público, continuando representando una herramienta fundamental para la vida democrática.

Ringraziamenti

Desidero esprimere la mia più sincera gratitudine a tutte le persone che hanno reso possibile il raggiungimento di questo importante traguardo con il loro sostegno e incoraggiamento. Prima di tutto, un ringraziamento speciale va ai miei genitori. Mamma e papà, grazie per avermi sempre supportato con amore e fiducia. Grazie mamma che con la tua infinita pazienza hai saputo guidarmi nei momenti di incertezza. Grazie per il tuo amore incondizionato, sei il mio esempio. Ogni tua parola di incoraggiamento e ogni tuo gesto affettuoso mi hanno dato la sicurezza di poter affrontare ogni sfida. Grazie papà, sei il mio modello di tenacia e saggezza, mi hai insegnato il valore del lavoro duro e della perseveranza. Con il tuo esempio, mi hai mostrato che con determinazione e dedizione si possono raggiungere grandi risultati. La tua fiducia in me è stata il faro che ha illuminato il mio cammino, anche nei momenti più bui. Ogni tua parola di consiglio e ogni tua lezione sono state fondamentali per la mia crescita.

Daniel, sei il mio compagno di vita e di avventure. La tua presenza costante e il tuo sostegno hanno reso più lieve ogni peso e più gioioso ogni successo. Grazie per aver condiviso con me le risate e le lacrime, per essere stato il mio più grande fan. La nostra fratellanza è una delle mie più grandi risorse e sapere di poter contare su di te mi ha dato la forza di non arrendermi mai. Inoltre vorrei ringraziare di cuore mia cugina Giorgia, sei più di una cugina, sei una sorella. Il tuo affetto, e la tua costante presenza mi hanno dato la sicurezza di cui avevo bisogno nei momenti più difficili. Un ringraziamento particolare, va a mia zia Rachel. Grazie per avermi sopportata e supportata, grazie di esserci sempre, ti voglio bene. Vorrei anche ringraziare mia cugina Nurith,

grazie per incoraggiarmi sempre, per spronarmi a fare di piu` e per esserci sempre. L`ultimo ma non meno importante, vorrei ringraziare Chaim, l`amore della mia vita, senza te sarebbe tutto piu` difficile, grazie per tutte le serate a tranquillizzarmi, a farmi capire che la vita non si racchiude dietro un voto o un esame, sei fondamentale nella mia vita, ti amo. Infine vorrei ringraziare me stessa. Ho affrontato questo percorso con determinazione e dedizione, superando sfide e momenti difficili. Sono orgogliosa del mio impegno e della mia capacita` di non arrendermi mai. Questo traguardo e` il risultato della mia costanza e della mia forza di volonta`, e rappresenta solo l`inizio di nuove opportunita` e successi futuri.

Jennifer Pavoncello

Sitografia

1. [https://www.treccani.it/enciclopedia/johann-gutenberg_\(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/johann-gutenberg_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)
2. <https://www.studocu.com/it/document/sapienza-universita-di-roma/media-comunicazione-digitale-e-giornalismo/storia-del-giornalismo-italiano-dalle-gazzette-a-internet-murialdi/59827256>
3. <https://www.treccani.it/enciclopedia/gazzetta-di-venezial/>
4. <https://www.studocu.com/it/document/sapienza-universita-di-roma/media-comunicazione-digitale-e-giornalismo/storia-del-giornalismo-italiano-dalle-gazzette-a-internet-murialdi/59827256>
5. <https://www.treccani.it/enciclopedia/gazzetta-di-venezial/>
6. <https://www.studocu.com/it/document/sapienza-universita-di-roma/media-comunicazione-digitale-e-giornalismo/storia-del-giornalismo-italiano-dalle-gazzette-a-internet-murialdi/59827256>
7. [t.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo italiano](http://t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)
[//www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html](http://www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html)
8. [https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_\(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)
9. [t.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo italiano](http://t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)
10. [//www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html](http://www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html)
11. [https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_\(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)
12. [t.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo italiano](http://t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)

13. [//www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html](http://www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html)

14. [https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale \(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

[t.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo italiano](http://t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)

[t.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo italiano](http://t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo_italiano)

<https://www.studenti.it/giornalismo-tra-seicento-e-settecento-storia-caratteristiche-editori.html>

15. [https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale \(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale \(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

[t.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo](http://t.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo)

[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale \(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

[https://it.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo](https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo)

[https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale \(Enciclopedia-dei-ragazzi\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/giornale_(Enciclopedia-dei-ragazzi)/)

[https://it.wikipedia.org/wiki/Storia del giornalismo](https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo)

<https://www.unibo.it/UniboWeb/UniboSearch/results.aspx?lang=it&query=gornalismo>

<https://thesis.unipd.it/handle/20.500.12608/51264>

<https://www.unibo.it/UniboWeb/UniboSearch/results.aspx?lang=it&query=gornalismo>

<https://thesis.unipd.it/handle/20.500.12608/51264>

16. p.la/primary-source-sets/the-impact-of-television-on-news-media

<https://studymasscom.com/journalism/broadcast-journalism/>

17. <https://dp.la/primary-source-sets/the-impact-of-television-on-news-media>

<https://dp.la/primary-source-sets/the-impact-of-television-on-news-media>

18. <https://dp.la/primary-source-sets/the-impact-of-television-on-news-media>

<https://studymasscom.com/journalism/broadcast-journalism/>

<https://www.historyskills.com/classroom/year-9/wwi-propaganda/>

19.

<https://mupages.marshall.edu/sites/masscommhistorybibliography/mass-media-in-wartime/>

<https://mupages.marshall.edu/sites/masscommhistorybibliography/mass-media-in-wartime/>

<https://www.historyskills.com/>

<https://mupages.marshall.edu/sites/masscommhistorybibliography/mass-media-in-wartime/>

<https://www.historyskills.com/>

20.

<https://mupages.marshall.edu/sites/masscommhistorybibliography/mass-media-in-wartime/>

21. <https://www.historyskills.com/>

<https://mupages.marshall.edu/sites/masscommhistorybibliography/mass-media-in-wartime/>

22. <https://www.historyskills.com/>

<https://www.poynter.org/search/?q=digital+journalism>

<https://online.maryville.edu/>

23. <https://www.poynter.org/search/?q=digital+journalism>

<https://online.maryville.edu/>

24. <https://www.alliancemagazine.org/feature/digital-technologies-and-the-common->

[good/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwmOm3BhC8ARIsAOSbapUMUU-GgAY0lytBKcek4INUtSaMqezhp99AJWW-](https://www.alliancemagazine.org/feature/digital-technologies-and-the-common-good/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwmOm3BhC8ARIsAOSbapUMUU-GgAY0lytBKcek4INUtSaMqezhp99AJWW-)

[hmAh9dNji4oRbkQaAojcEALw_wcB](https://www.alliancemagazine.org/feature/digital-technologies-and-the-common-good/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwmOm3BhC8ARIsAOSbapUMUU-GgAY0lytBKcek4INUtSaMqezhp99AJWW-hmAh9dNji4oRbkQaAojcEALw_wcB)

25. <https://primopianonotizie.com/evoluzione-del-giornalismo-in-italia-e-il-suo-impatto-sulla-societa/>
26. https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_del_giornalismo
27. <https://primopianonotizie.com/evoluzione-del-giornalismo-in-italia-e-il-suo-impatto-sulla-societa>
28. <https://primopianonotizie.com/evoluzione-del-giornalismo-in-italia-e-il-suo-impatto-sulla-societa>
29. https://www.alliancemagazine.org/feature/digital-technologies-and-the-common-good/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwmOm3BhC8ARIsAOSbapUMUU-GgAY0lytBKcek4INUtSaMqezhp99AJWW-hmA9dNj4oRbkQaAojcEALw_wcB
30. <https://businessreviewatcornell.com/articles-2>
31. <https://www.nytimes.com/subscription>
<https://en.wikipedia.org/wiki/Paywall>
32. <https://businessreviewatcornell.com/articles-2>
33. <https://www.nytimes.com/subscription>
34. <https://en.wikipedia.org/wiki/Paywall>
35. <https://adflex.io/blog/impact-of-ad-blockers-on-native-advertising/>
36. <https://primopianonotizie.com/evoluzione-del-giornalismo-in-italia-e-il-suo-impatto-sulla-societa>
37. <https://www.theguardian.com/membership>
38. <https://www.propublica.org/reports>
39. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>
40. <https://digiday.com/>
41. <https://www.niemanlab.org/>
42. <https://www.poynter.org/>
43. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/il-giornalismo-nellera-delle-piattaforme-nuovi-attori-e-formati/>

44. <https://www.noooagency.com/nooborders/social-journalism-la-rivoluzione-dellinformazione-in-difesa-della-verita/>

45. <https://www.ecostampa.it/blog/giornalismo-e-social-le-nuove-strade-dellinformazione/>

. <https://www.ecostampa.it/blog/giornalismo-e-social-le-nuove-strade-dellinformazione/>

47. <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/il-giornalismo-nellera-delle-piattaforme-nuovi-attori-e-formati/>

48 <https://www.buonenotizie.it/evergreen/2024/05/19/social-media-e-giornalismo-un-nuovo-paradigma-di-informazione/bastianelli/>

<https://www.noooagency.com/nooborders/social-journalism-la-rivoluzione-dellinformazione-in-difesa-della-verita/>

<https://www.bu.edu/bhr/2021/08/30/il-cambiamento-nella-realta-digitale-proteggere-il-pubblico-dalle-fake-news/>

<https://www.internetmatters.org/it/issues/fake-news-and-misinformation-advice-hub/learn-about-fake-news-to-support-children/>

<https://www.bu.edu/bhr/2021/08/30/il-cambiamento-nella-realta-digitale-proteggere-il-pubblico-dalle-fake-news/>

<https://www.internetmatters.org/it/issues/fake-news-and-misinformation-advice-hub/learn-about-fake-news-to-support-children/>

<https://www.odg.it/giornalismo-e-intelligenza-artificiale/50495>

<https://asvis.it/notizie/2-9470/focus-il-ruolo-perduto-del-giornalismo-di-qualita-e-le-sfide-del-futuro>

https://commission.europa.eu/topics/strategic-communication-and-tackling-disinformation_i

<https://www.zerounoweb.it/techtargget/searchsecurity/cybercrime/best-practices-per-rilevare-e-contrastare-gli-attacchi-deepfake/c>

<https://www.zerounoweb.it/techtargget/searchsecurity/cybercrime/best-practices-per-rilevare-e-contrastare-gli-attacchi-deepfake/>