

**UNIVERSITA' "LA SAPIENZA" DI ROMA**  
**Facoltà di Scienze della comunicazione**  
**TESI DI LAUREA**

**Abstract**

**Progettare l'informazione nell'era dell'always on.**

L'informazione corre sul telefonino. È il nuovo statuto della notizia che incontra il medium mobile, con l'obiettivo di farne ennesimo nodo di produzione e distribuzione.

La mobilità è oggi, infatti, il cromosoma dominante del mercato, con revenue da capogiro per il settore delle comunicazioni mobili, vera punta di diamante del mercato italiano; della tecnologia, con soluzioni avanzate di comunicazione cellulare (UMTS, Bluetooth, Wi-Fi, ecc....) "senza fili"; della società, che fa della radice mobile un nuovo modo di essere, sostanzialmente "nomade".

I professionisti dell'informazione si stanno interrogando, dunque, su come metabolizzarla.

La risposta sta nel *progettare* architetture stabili e ragionate d'informazione nella nuova era dell'*always on* ed *everywhere* e di mettere a punto modelli di business costruiti intorno a prodotti (contenuti) innovativi e competitivi, per audience sempre più in mobilità. L'obiettivo di questo lavoro è quello, dunque, di verificare la fattibilità di un progetto complesso di giornalismo il quale, facendo leva sulla qualità dell'informazione (obiettività, credibilità, autorevolezza), incorpori le logiche dell'innovazione e le trasformi in nuovi input editoriali. *Velocità, real time, personal interest, content usability, mobility*: dopo lo scossone del Web, la notizia è diventata sempre più a misura di queste variabili.

L'ipotesi che qui vogliamo dimostrare è che l'informazione assume ora una nuova identità editoriale: ad alta frequenza, potenzialmente ubiqua, pronta ad adattarsi al mezzo di erogazione (Web, Tv digitale, palmari, cellulari, telefonini di ultima generazione) e ipersensibile ai "dove" e ai "quando" delle persone. È la notizia *multiplatforma* e modulare. Abbiamo, dunque, cercato di tracciare un identikit possibile di giornalismo wireless a partire da un casus studi di assoluta novità per i tempi della *media convergence* avanzata: ANSAweb. Attraverso la media company dell'ANSA, abbiamo dimostrato che la progettualità dell'informazione è imprescindibile per la notizia in mobilità.

La metodologia seguita è stata quella di descrivere il nuovo modello di produzione ANSAweb (*format e grammatiche di scrittura modulari*), attraverso l'analisi dell'intera filiera informativa per il mobile, sia in senso qualitativo (contenuti, stili di composizione, qualità e costruzione giornalistica delle notizie) sia in senso quantitativo (palinsesto dei prodotti, piattaforme di distribuzione, operatori mobili di riferimento), passando attraverso le voci degli "addetti ai lavori" (giornalisti, producers, ecc...). La conclusione a cui siamo arrivati è che la notizia può ancora restare "notizia", quando viene progettata all'interno di un ambiente produttivo innovativo, capace di mettere a punto soluzioni *ad hoc* di formati e di scritture. ANSAweb è oggi, infatti, l'esempio eccellente che la notizia vince, quando *interfaccia* intelligentemente mercato, società e tecnologia.

**Laureanda: Angela Di Giorgio**

**Matricola: 32184320**

**Relatore: Alberto Marinelli**

**Correlatore: Giandomenico Celata**