

La rivoluzione del Web è la lentezza

Data : 19 novembre 2015

È proprio vero che la comunicazione digitale è più veloce, e rende la vita senza freno? È vero che i brand corrono, restringono i tempi della comunicazione, sono schiavi del tempo reale?

La risposta è: non necessariamente. La comunicazione oggi va veloce, e la frenesia è palpabile: Ma vivere slow è possibile, anzi è necessario. E pensare prima di fare, o produrre opinioni e non solo prodotti è importante anche per le aziende, e persino per chi racconta il correre.

Un concetto "rivoluzionario", emerso dall'Incontro "Quando il giornalismo rallenta: può la comunicazione oggi essere slow?" che ha visto la presenza di **Daniele Chieffi**, già giornalista di repubblica e ora capo ufficio stampa web di Eni; **Patrizia Musso**, docente di brand communication; **Francesca Tognoni**, Sport Social Media Manager, tutti coordinati da **Silvia Giovannini**.

«la rete accelera i tempi, ma più che altro accorcia le distanze tra chi chiede e chi risponde - ha spiegato Chieffi, che dopo un passato a Repubblica ora racconta una grande azienda, la Eni - Un lavoro che pensavo fosse molto diverso dal fare il giornalista: invece ora sto facendo il caporedattore, solo su una piattaforma diversa».

Chi rischia di essere preso dalla fretta adesso è il giornalista: «Ora tendono tutti a pubblicare al più presto la notizia perché pensano che se arrivano dopo perdono il lettore - ha commentato Chieffi - Ma il lettore ha pazienza di aspettare 5 minuti in più per la verifica pur di non perdere la fiducia nel giornale».

Perché: "Se io affronto il lungo periodo in modo veloce, non vado da nessuna parte" ha sottolineato **Patrizia Musso**.

Per chi ha investito su di sé, sono state dunque due ore importanti, dove: «abbiamo preso un po' di tempo per parlare del Tempo» come ha saggiamente chiosato la moderatrice, **Silvia Giovannini**.