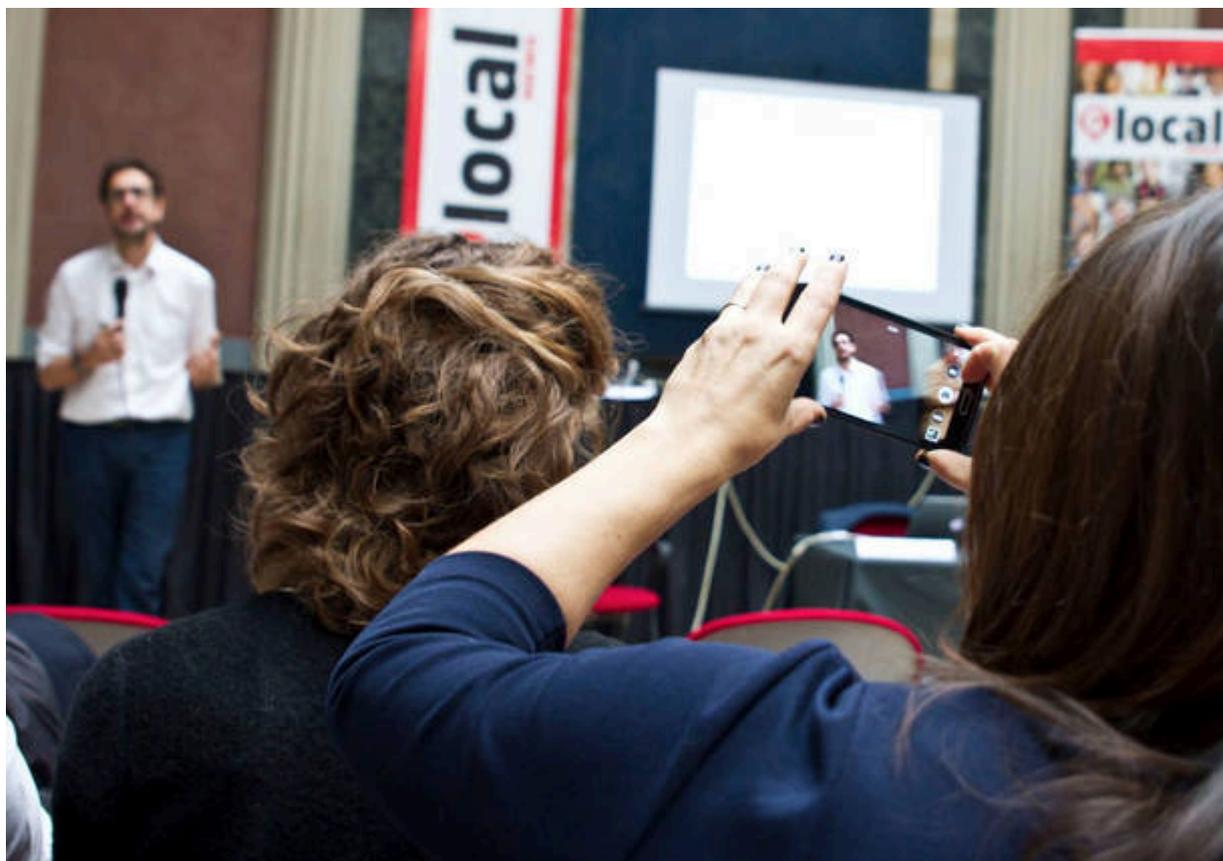


Chi siamo, dove siamo, dove andiamo?

Pubblicato: Mercoledì 2 Novembre 2016



A Glocalnews si parla di futuro del giornalismo e questo significa spalancare la porta su temi vastissimi e in parte ancora da sondare. Il modo di fare giornalismo è cambiato molto così come è cambiato il modo in cui il lettore sceglie di informarsi.

E se la comunicazione non passa più dai canali “tradizionali”, giornali di carta oppure on line, vuol dire che è necessario anche cercare nuovi modelli di business. Insomma l’argomento è vasto e al Festival del giornalismo digitale molto spazio sarà dato a questo che è considerato uno dei temi più “impegnativi e caldi”.

Intorno al tavolo, nei giorni del festival, moltissimi protagonisti del mondo dell’informazione, non solo chi le notizie le produce e le sviluppa ma anche chi studia i nuovi modelli e l’architettura dell’informazione.

Una serie di incontri che hanno il duplice obiettivo di fare il punto della situazione e di guardare avanti e trovare nuove strade che consentano anche a chi fa informazione “gratis” di trovare un modello di economicità.

Si parte con “Chi ci legge? Le news le scelgono i lettori o gli algoritmi degli smartphone o dei social?”

La grande rivoluzione dell’informazione passa sempre più dalla tecnologia. Mobile e social incidono in modo determinante nel lavoro delle redazioni e dei giornalisti. La questione non è più legata alle piattaforme distributive, ma alle scelte che operano gli algoritmi. Si finirà a scrivere pensando più a loro che ai lettori? (qui i dettagli e i relatori)

E dove leggiamo le notizie? Anche in questa analisi un ruolo fondamentale lo giocano i social: privacy, accentramento di dati, mancanza di un luogo fisico unico dove ritrovare l'identità di una testata, conservazione degli archivi, mancanza di riferimenti deontologici; questi sono solo alcuni degli aspetti e delle problematiche che il nuovo modo di distribuire e leggere le notizie pongono ai professionisti dell'informazione ed alla società.

Anche quest'anno non mancheranno i barcamp, luoghi di incontro e dibattito informale quasi "tra amici" e in tema di futuro del giornalismo si parlerà di **"Produrre valore con il digitale"**: insieme molti protagonisti di casi virtuosi, volontari e giornalisti sociali.

Altro tema caldo: avere notizie a portata di mano significa avere sempre notizie attendibili? Con una maggiore diffusione dell'informazione a rimetterci è stata la veridicità; se ne parlerà nel panel **"Le notizie ormai sono gratis... ma sono tutte vere notizie? A cosa serve il giornalismo di agenzia oggi"** (qui orari e relatori).

Con i giornalisti di Ona si analizzeranno le novità emerse nell'ultimo incontro in **Dove sta andando il giornalismo digitale?**

Molto spazio sarà riservato ai **Nuovi modelli di business per il giornalismo del futuro. Come si può salvare il giornalismo dalla crisi?** Ecco una serie di proposte che si basa sulla teoria dell'economia delle soluzioni parziali. Buone idee per rendere il giornalismo sostenibile con Alberto Puliafito, direttore Blog e Pier Luca Santoro, esperto di comunicazione.

A Claudio Giuia toccherà invece fare il punto sullo stato dell'editoria: **A che punto è la notte dei giornali. La crisi è ancora davanti a noi?**

Torna gradito ospite del festival Federico Badaloni, giornalista del Gruppo Editoriale l'Espresso, che parlerà di **architettura dell'informazione** e di come possiamo usare l'informazione per migliorare il nostro mondo.

Con **i giornalisti di Anso** invece si parlerà di contratti: **Il quotidiano online tra contratti, organizzazione e sviluppo. Come vivono i piccoli giornali locali?**

Ma informarsi on line significa spesso fare "indigestione di notizie", divorare titoli, a volte neppure aprire i link, sapere tutto senza conoscere davvero niente. E allora una tappa del nostro "volo" sul futuro del giornalismo sarà dedicato allo **Slow journalism: si parlerà dell'importanza dell'approfondimento, della verifica delle fonti digitali e degli user generated content. Non può mancare quindi un'analisi del "Verification Handbook" di esempi nazionali e internazionali.**

Con Anso e Presscommtech si discuterà invece di **Network giornalistico e pubblicità**: l'insieme può fare la forza?

E infine **Giornalismo SEO**: tutto quello che deve sapere un giornalista che lavora sul web a proposito di Google, dei motori di ricerca. Miti sfatati e strumenti concreti per lavorare con la SEO a servizio del giornalismo e dei lettori. Relatore: Alberto Puliafito.

Gli incontri consentono ai giornalisti di **ottenere crediti formativi** ma sono aperti a tutti.

Il sito del Festival

di **Ro.Ber.**

