



Un emblema
Tra i più
popolari
blog
di scienza
c'è «Bad
Science»
del giornalista
investigativo
e scrittore
Ben
Goldacre

Te lo spiego con un blog

Alla Sissa un master di giornalismo scientifico digitale

Divulgazione

SILVIA MAOLI

Il popolo della scienza cresce, dalla carta alle riviste specializzate, ed esplose sul Web: si moltiplicano siti e blog tecnico-scientifici e si aprono nuove sfide e prospettive per chi vuole fare giornalismo specialistico nel settore. Ecco perché la Sissa, la Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati di Trieste, uno dei maggiori centri di ricerca e formazione avanzata in Italia, inaugura quest'anno un master in Giornalismo Scientifico Digitale.

Una risposta al bisogno montante di scienza che esprime la società: secondo l'Annuario Scienza e Società del 2011, nella fascia tra i 15 e i 29 anni un navigatore su 2 si espone con continuità a contenuti scientifici. Scienceblogs, il più importante sito di social media scientifici, ha registrato un incremento di almeno il 50% di traffico ogni anno da quando è stato creato nel 2006 e oggi conta 2,4 milioni di visitatori al mese. I blog scientifici, d'altra parte, come «Blog around the clock» di Bora Zivkovic, «Not Exactly Rocket

Science» di Ed Yong, «Bad Science» di Ben Goldacre, «Pharyngula» di Paul Myers e «In the pipeline» di Derek Lowe, crescono con un tasso del 3.5% all'anno.

E la Rete, intanto, richiede competenze nuove: tecniche, culturali e relazionali. Gli articoli sul Web non sono solo parole, ma immagini, video, animazioni, visualizzazioni. Il momento in cui la notizia è pubblicata non è la fine del processo, ma l'inizio: l'utente Web è un utente attivo e il giornalista Web deve creare relazioni e dialogo. La sfida sarà quella di conquistarsi credibilità e autorevolezza in un ambiente molto più variegato e popolato rispetto ai media tradizionali.

I nuovi professionisti dovranno quindi affrontare enormi cambiamenti. A cominciare dal fatto - spiega Nico Pitrelli, codirettore del master of Science Communication - «che i reporter non sono più la fonte primaria della conoscenza. Il loro ruolo cambia: saranno importanti, per esempio, per mettere ordine, creare un filo rosso intellegibile, decidere quale informazione è utile e quale no, distinguere ciò che è attendibile da ciò che non lo è». E con il giornalismo

tradizionale Pitrelli vede un'opportunità di integrazione: «L'esperto di Web trova notizie nei social network, le seleziona e le riporta sulle riviste specializzate e, viceversa, porta in Rete e fa conoscere articoli e pubblicazioni della carta stampata».

Una capacità essenziale - sottolinea - è e sarà saper creare l'agenda dei temi su cui portare l'attenzione del pubblico: è uno dei motivi per cui il nuovo master della Sissa è gestito da uno staff di studiosi e professionisti tra i più attenti nel seguire

Nico Pitrelli Fisico

RUOLO: È CONDIRETTORE DEL MASTER IN COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA DELLA SISSA DI TRIESTE E RESPONSABILE DEL GRUPPO DI RICERCA ICS (INNOVAZIONI NELLA COMUNICAZIONE DELLA SCIENZA)

le dinamiche della comunicazione della scienza. La proiezione del corso è quindi europea, con lezioni anche in inglese, mentre un'altra caratteristica è l'integrazione tra comunicatori e scienziati, che insegneranno fianco a fianco.

La pratica - dice Pitrelli - è un altro elemento basilare del master: gli studenti saranno impegnati in laboratori e nella produzione concreta di contenuti multimediali. Ecco perché ai 6 mesi di corso si aggiungeranno 3 mesi di «stage» presso agenzie e aziende di comunicazione scientifica, in Italia e all'estero: Europa soprattutto, ma anche Cina,

Sud America, Usa e Australia.

Il master si indirizza a chi ha una laurea triennale, senza limiti di età. I posti disponibili sono 20 (oltre a 5 uditori, persone che scelgono di assistere ad alcuni dei corsi): sarà necessario superare un esame d'ingresso, mentre l'iscrizione si fa online sul sito della Sissa (www.sissa.it) entro il 28 settembre.

E gli sbocchi professionali? Secondo gli organizzatori, saranno le redazioni multimediali, l'industria dei nuovi media, gli uffici stampa e di pubbliche relazioni dei centri di ricerca, oltre ai settori di comunicazione di aziende operanti nel sistema ricerca e sviluppo, gli studi di progettazione di prodotti multimediali e siti web, senza dimenticare la libera professione. E' stato infatti inserito un corso di imprenditorialità, una novità interessante. «E' vero che non si vive di Web - dice Pitrelli - ma è uno degli strumenti fondamentali di accreditamento. Per diventare una firma che entra nel mondo della comunicazione e della consulenza, ormai, non si può prescindere dall'essere una presenza attiva sul Web. Non sarà subito un ricavo, ma è un investimento in professionalità e competitività». Lo dice anche Zivkovic, uno dei più accreditati blogger scientifici che dal 2010 è capo redattore della rete di blog di Scientific American. Lui è riuscito a fare il grande salto.