

Uno sguardo d'insieme

Il contesto

L'informazione nella Società dell'informazione

- *Terza rivoluzione industriale*,
un bene immateriale diventa motore strategico
di cambiamento di sistema
- *Tecnologie informatiche e telecomunicazioni*
hanno moltiplicato le fonti, ridotto i tempi della
conoscenza, modificato processi interni alle
e tra le organizzazioni

L'informazione nella Società dell'informazione

- La *società post fordista* impegna nel settore più del 60% della forza lavoro
- *Informazione e conoscenza* materie prime e principali prodotti della nostra società
 - *Ricavi* dal web del 'prodotto' informazione al di sotto aspettative oltre al *Digital divide*

L'informazione nella Società dell'informazione

- ***Informare***, dal latino *informatio*
(raffigurazione, idea, nozione, istruzione, educazione)
- ***Informatio***, deriva a sua volta dal verbo latino *informo*, cioè
'dare forma'
- ***Comunicare*** deriva dal latino *commune, cum munus*,
che svolge il suo compito insieme ad altri
(mettere insieme, rendere partecipi più soggetti,
comunione, comunicato)

L'informazione nella Società dell'informazione

- Nell'*informare* prevale il rapporto fra un *soggetto* (sia esso la fonte o il destinatario) e la *realtà*. Chi informa dà forma alla notizia e l'informazione aspira ad essere *oggettiva*
- Nella *comunicazione* è fondamentale il rapporto fra *soggetti* che mettono in comune, cioè condividono, i *significati* del loro comunicare

L'informazione nella Società dell'informazione

- Nella *società dei flussi*,
chi dà forma alle notizie e come
prendono forma le notizie?
- *Dare forma alle notizie* in tempi sempre più brevi,
realizzare il prodotto '*informazione*' dal minor
costo possibile, interroga ruolo e identità del giornalista
- Il *giornalista* è chiamato a svolgere una
funzione irrinunciabile in contesto alterato

L'informazione è elemento della comunicazione
La comunicazione è pura tecnica?

- ***Il giornalista e il comunicatore***
- ***Il giornalista e la deontologia professionale***
- ***La fonte primaria e la verifica delle fonti***

Il ruolo del giornalista negli Uffici stampa

- ***La Legge 150/2000***

Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni

- ***Le Carte deontologiche***
- **Carta dei doveri del giornalista degli Uffici Stampa (Roma, 10 novembre 2011)**

Il ruolo del giornalista negli Uffici stampa

- Parola chiave: ***verità***

Il ***fatto*** e non la versione dei fatti

- La ***credibilità***

Il ruolo del giornalista negli Uffici stampa

Perché il giornalista deve essere credibile?

Ruolo e funzione coincidono, al di là dei compiti che è chiamato a svolgere

Rende *intelligibili* le informazioni

Funge da *fonte primaria*

Il ruolo del giornalista negli Uffici stampa

- *Fonte primaria*

Completezza, Tempestività

Accessibilità, Trasparenza

- *Pluralismo* delle fonti

Informazione istituzionale

Il ruolo del giornalista negli Uffici stampa

- Il linguaggio *scritto*
- Lo strumento del *comunicato stampa*

Il comunicato stampa

- Deve contenere la *notizia*
- Il *testo*: chiaro, completo, preciso, accurato, breve
- *Tempi e interazione* con gli altri strumenti di comunicazione
- Valutazione *effetti* sui differenti media

Il ruolo del giornalista negli Uffici stampa

- Il linguaggio *parlato*
- Supporta i colleghi giornalisti nella *ricerca* degli strumenti, dai quali estrarre o dedurre l'informazione e indirizza alle fonti
- *Intellegibilità* dei dati e dei processi

Il ruolo del giornalista negli Uffici stampa

Questioni aperte

- ***Distonia*** tra i tempi dei processi decisionali
 - e i tempi dell'informazione, sempre più condizionati dai nuovi strumenti

Il ruolo del giornalista negli Uffici stampa

*Testimone di verità
e un presidio di libertà*