

INTERNET È PARTECIPAZIONE

[1 Viola Rossi](#)

Il giornalismo partecipante, un'opportunità straordinaria

Questa terza edizione del Festival Internazionale del Giornalismo, si è caratterizzata per una nuova sezione speciale, dedicata ai **new media**. L'incontro di inaugurazione, che si è svolto martedì 1 aprile, era intitolato "Internet è partecipazione". Chiamati ad intervenire erano **blogger ed esperti di new media: Antonella Beccaria, John Bryne, Antonio Sofi e Mario Tedeschini Lalli**, dell'Elemedia Gruppo Espresso, il moderatore.

Fuori di dubbio, fin dalle prime battute di Beccaria, è che i new media siano da intendersi come strumento che permette una produzione più partecipata dell'informazione. Bryne concorda, dichiarando che "questi strumenti abbiano determinato **una vera e propria rivoluzione nel giornalismo, che da prodotto è divenuto un processo**". Un processo, che stimola il coinvolgimento di tutti, giornalisti e lettori.



Tuttavia, suggerisce Tedeschini Lalli, anche i media tradizionali tornano utili al fine di stimolare la partecipazione attiva dei cittadini: Beccaria porta l'esempio delle tradizionali fotocamere, che rientrano in un sistema di comunicazione integrata, permettendo una documentazione anche da parte di cronisti non professionisti. "Grazie alla diffusione di tale documentazione, ha detto Beccaria, si hanno ripercussioni importanti, come è stato nel caso della condanna dei responsabili per i drammatici fatti accaduti alla Scuola

Diaz durante il G8 del 2001 a Genova".

Sulla stessa linea ha continuato Sofi, che ha sostenuto: "**Occorre cambiare mentalità**: il giornalista deve scendere dal piedistallo per dare spazio ai lettori. In questo senso, il **giornalismo partecipante** – ha continuato Sofi – è una opportunità straordinaria e vincente, perché offre il giusto equilibrio tra coinvolgimento e distacco."

*E che soluzioni ci sono al rischio di un **sovraccarico informativo** determinato da Internet?* Sofi risponde: "Ciò è risolvibile facilmente, poiché Internet dà l'opportunità di scegliere, senza costi, intrecciando le informazioni a quelle di altre fonti."

A concludere la "chiacchierata" è Beccaria, con un cenno alla cosiddetta **economia della reputazione** svolta attraverso la comunicazione nella blogosfera: si tratta di una sorta di pubblicità personale, che può contribuire a facilitare (*o meno!*) gli aspiranti giornalisti ad accedere al mondo del giornalismo. "Al pari - dice Beccaria - di un investimento economico."

Scritto da: [Lisa Viola Rossi](#)

Data: **02-04-2009**