
Giornalismo online: Badaloni (L'Espresso), "calo della fiducia incide sui ricavi, puntare sulle relazioni con i lettori"

(da Assisi) "Dal 2018, secondo il report Edelman, il calo della fiducia nei giornalisti ha avuto una ricaduta anche sui ricavi. Il giornalismo online, nei primi anni 2000, ha cercato di replicare i precedenti modelli, invece un sito web non è un giornale, ma un'infrastruttura che permette a ciascuno di dire quello che vuole. La dinamica per dare valore, anche economico, online non è la compravendita dell'attenzione, come in passato, ma dare valore alla fiducia". Lo ha detto il giornalista Federico Badaloni, responsabile dell'area di architettura dell'informazione della Divisione digitale del gruppo editoriale Gedi (L'Espresso), intervenuto stamani nell'ambito della scuola di formazione dell'Unione cattolica della stampa italiana "Giancarlo Zizola", che si sta svolgendo ad Assisi. Parlando della riconversione digitale e spiegando perché "la fiducia oggi è un problema", il giornalista ha evidenziato, citando una ricerca del Reuters Institute, che "c'è un impegno delle persone a evitare le news mainstream, perché alla fine di quella lettura le persone si sentono tristi e impotenti". "Il 52% degli intervistati per questo report hanno dichiarato di non saper distinguere le notizie vere da quelle false, mentre il 60% ritiene che i giornalisti non sono affidabili - ha aggiunto -. Credo che il problema più grande sia la fiducia". Da Badaloni la contrapposizione tra due modelli: uno che "dà importanza al numero dei contenuti, un modello che porta a fare notizie meno verificate, sempre più corte e più false"; dalla parte opposta, un altro modello, oggi richiesto nel giornalismo online, che punta "sulle relazioni con i lettori dei giornali online e sulla fiducia".

<https://www.facebook.com/AgensIR/videos/870690973400840/>

Filippo Passantino