

Te lo spiego con un blog

Alla Sissa un master di giornalismo scientifico digitale



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

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)

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 segui-

re 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 insegneran-

no 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.

