

L'informazione deve essere Glocal

Pubblicato: Martedì 20 Novembre 2018



Le comunità dovrebbero essere al centro degli interessi del giornale locale. È questo l'elemento che rende strategico il lavoro della redazione. È la prossimità con la vita dei cittadini, con quella delle aziende, degli enti, delle associazioni.

Le attività di ognuno di noi si svolgono prevalentemente nell'ambito dei territori, anche se ancora oggi i media locali vengono considerati figli di un Dio minore. Tra gli addetti ai lavori c'è un discreto dibattito sul futuro dell'editoria, e sempre più spesso si sente dire che è il local il soggetto vincente. Peccato però che non esistano sistemi di raccolta dati e analisi che riguardi quel mondo lasciando ogni caso a se stesso.

Ora che abbiamo definitivamente traghettato verso l'era digitale, questo balza ancor di più agli occhi. Siamo dentro un cambiamento epocale che impatta con energia sul modo di intendere e lavorare in un giornale locale.

Glocal è la parola che meglio rende l'idea. Nasce dalla contrazione di due termini: globale e locale. Con Internet scompare, o meglio riduce il proprio campo d'azione, il localismo, per lasciare spazio a una diversa idea di relazione con il territorio. La dimensione globale entra nei territori con forza perché il digitale abbatte distanze e tempi e molti protagonisti della vita civile, sociale ed economica hanno interessi con orizzonti sempre più vasti.

Il festival Glocal è nato sette anni fa a Varese prendendo le mosse da queste riflessioni. Il giornalismo digitale deve porsi l'obiettivo di esser strategico per la vita delle proprie comunità. È necessario avere i piedi ben piantati nel proprio territorio, ma con la testa in ogni luogo che abbia una relazione con questo. Una posizione che favorisce la crescita della popolarità e dell'autorevolezza del media.

Un esempio preciso sul versante dell'economia è la presenza di uno stabilimento produttivo di una multinazionale. In casi come questo non si può ridurre l'attenzione al solo spazio territoriale, ma occorre conoscere bene anche le strategie e i processi decisionali magari dall'altra parte dell'oceano. Lo stesso si può dire delle infrastrutture perché un aeroporto, una autostrada, una stazione sono parti di reti che vanno pensate e seguite nel loro insieme e non semplicemente negli aspetti locali.

Glocal non è quindi solo una parola, ma una diversa mentalità con cui si vive la professione giornalistica. È un tassello fondamentale dell'ambiente dell'ecosistema dell'informazione e richiede sempre più competenze perché, anche quando il giornale resta centrale, gli strumenti di informazione sono sempre più diffusi utilizzando diverse piattaforme.

Marco Giovannelli

marco@varesenews.it

