

Lsdi

Bollettino 44/08

(24 novembre 2008)

- Lsdi – <http://www.lsdi.it> - è un centro di documentazione e analisi dei problemi del giornalismo e dell'informazione promosso da alcuni giornalisti impegnati nella Fnsi.

- Contatti: redazione@lsdi.it

Giornalismo e giornalismo

Giornalismo: come ricostruire la credibilità perduta

Riaffermare cocciutamente i dogmi con cui i giornalisti autogiustificano loro stessi e cercano di riprodurre la mitologia della professione non potrà mai portare alla rifondazione della fiducia – Quest'ultima infatti ha cambiato natura: non è più cieca e istituzionale - Il giornalista non può pretenderla soltanto perché si proclama giornalista ma deve costruirla articolo per articolo, sotto lo sguardo e il controllo permanente dei cittadini – Le riflessioni di Paul Villach e Narvic – Il fatto e la rappresentazione – Il dubbio cartesiano

<http://www.lsdi.it/2008/11/19/giornalismo-come-ricostruire-la-credibilita-perduta/>

----- □

Morti sul lavoro: ma i media non riescono ad andare a fondo

Una tesi di laurea in Scienze della Comunicazione (“Una Repubblica fondata sul lavoro – morti, infortuni e malattie professionali in Italia e nel Veneto”

) traccia una analisi del gravissimo fenomeno e delle cause per cui la questione è stata a lungo trascurata dai media – Anche quando le tragedie la riportano in prima pagina, comunque, le vicende individuali finiscono per prevalere sull’ analisi del problema, la cui reale dimensione continua a sfuggire anche agli addetti ai lavori

<http://www.lsdi.it/2008/11/18/incidenti-sul-lavoro-ma-i-media-non-riescono-ad-andare-a-fondo/>

/

[Giornalismo partecipativo: su Rue 89 una carta della crisi economica realizzata dai cittadini](#)

Attraverso i contributi degli internauti la carta della Francia diventa una sorta di osservatorio continuo sull’ andamento dell’ occupazione del paese – Un esperimento di partecipazione diretta e strutturata da parte dei lettori

<http://www.lsdi.it/2008/11/23/giornalismo-partecipativo-su-rue-89-una-carta-della-crisi-economica-realizzata-dai-cittadini/>

Il web

Un sito per scoprire chi c’ è dietro una notizia

E’ SourceWatch, un progetto collaborativo del Center for Media and Democracy che punta a documentare le attività di propaganda delle aziende di pubbliche relazioni e dei professionisti delle Pr impegnati nella gestione e nella manipolazione della percezione e dell’ opinione dei cittadini

<http://www.lsdi.it/2008/11/20/un-sito-che-scopre-chi-c%E2%80%99-e-dietro-una-notizia/>

L'informazione italiana sul digitale: una vergogna!

“Nonostante i molti anni trascorsi dalla genesi della Rete, per la stragrande maggioranza dei giornalisti (o presunti tali) nostrani urge piuttosto scrivere di nefandezze o gossip. E spingere le mode o i gadget del momento. Cosa c'è di più facile allora che sbattere variamente Facebook in prima pagina pressochè ogni dì?” – Un intervento di Bernardo Parrella da [bernyblog](#)

<http://www.lsdi.it/2008/11/24/l-informazione-italana-sul-digitale-una-vergogna/>

Pubblicità online: più 23,3% nel 2008 in Italia

Le previsioni dello IAB Forum - Nel 2008 il settore dei new media si attesta su un valore complessivo di 847 milioni di euro, confermandosi l'unico che, nonostante la crisi, può vantare un tasso di crescita a due cifre

<http://www.lsdi.it/2008/11/19/pubblcicita-online-piu-233-nel-2008-in-italia/>

Giornali

Giornali online: ricavi anche dai comics

*La **King Features** (gruppo Hearst), una delle maggiori agenzie di syndication di fumetti per giornali, ha lanciato un portale, denominato **Comics Kingdom**, rivolto alle testate online dei giornali locali, convinta che anche i comics possono attirare pubblicità*

<http://www.lsdi.it/2008/11/23/giornali-online-ricavi-anche-dai-comics/>

Editoria

AP: drastico piano di tagli nel 2009

La più grande agenzia d'informazione del mondo progetta di tagliare 400 posti di lavoro, il 10% dell' organico attuale, cercando di privilegiare gli esodi volontari

<http://www.lsdi.it/2008/11/23/ap-drastico-piano-di-tagli-nel-2009/>

Terapia di gruppo per i grandi editori Usa

*Un summit a porte chiuse dell' **American Press Institute** ha stabilito che il settore è in una fase di crisi che precede la dissoluzione – I giornali sono accecati e la leadership degli “anziani” non aiuta ad affrontare le questioni*

<http://www.lsdi.it/2008/11/22/terapia-di-gruppo-per-i-grandi-editori-usa/>

La tv e le tv

Usa: la Tv resta un mezzo potente, ma la pubblicità è in frenata

Le stime di eMarketer parlano di un calo nella crescita degli investimenti pubblicitari del 4,2% nel 2009 e di una piccola ripresa nel 2010 – Crescerà la spesa nel settore dei video online, ma la previsione parla ancora di un 1,7% appena di tutti i ricavi pubblicitari del settore tv

<http://www.lsdi.it/2008/11/19/usa-la-tv-resta-un-mezzo-potente-ma-la-pubblicita-e-in-frenata/>

B92: la radio è diventata tv e web

L' emittente belgradese famosa per le sue posizioni indipendenti e la sua dura opposizione al regime di Milosevic, è diventata anche una Tv a diffusione nazionale e un sito Internet d' informazione. Dando vita a un buon esempio di fusione di tre fra i principali mezzi di comunicazione - Un ampio [articolo su CaféBabel.com](#) , in occasione della giornata Onu per la televisione

<http://www.lsdi.it/2008/11/22/b92-la-radio-e-diventata-tv-e-web/>

Segnalazioni:

[Murdoch: cos'è; salverò; i giornali](#)

“Oggi i lettori vogliono quello che hanno sempre voluto: una fonte nella quale possano credere. Questo è sempre stato il ruolo dei grandi quotidiani nel passato e questo ruolo renderà i giornali grandi anche nel futuro”

[Un nuovo 'tag': tecnocazzate](#)

— Luca Conti, su 'Pandemia', propone di “taggare” così le affermazioni non documentate su Internet, servizi web, social network, blog e Web 2.0, che escono sempre più frequentemente sui media.