

Il cambiamento intervenuto nella "natura" del lavoro giornalistico a seguito dell'"irruzione" delle nuove tecnologie, ha bisogno di formazione per stare "al passo con i tempi". Il giornalista non solo vede modificata la relazione con il fruitore delle informazioni, ma può diventare egli stesso, tramite le proprie pagine nel social media un "marchio informativo", aggiungendosi o sostituendosi al "brand" editoriale di riferimento. Più in generale cambiano profondamente il ruolo e la natura stessa del giornalista, con trasformazioni nel tipo di attività svolte e nel tempo destinato a ciascuna di esse, nelle fonti informative, negli strumenti utilizzati, nelle modalità di preparazione dei "servizi". I corsi di formazione organizzati dal Corecom Lazio, si "muovono" nell'ambito dell'innovazione digitale del processo dell'informazione, con l'obiettivo di accrescere, prioritariamente in termini di qualità, le capacità professionali degli operatori dell'informazione. Non c'è dubbio, però che all'innovazione digitale di processo debba corrispondere un'innovazione digitale di prodotto che, al momento, è molto trascurata.