



Bologna, l'informazione di qualità al tempo delle fake news

“Informazioni, opinioni e fake news: la comunicazione ai tempi del web“, l'incontro organizzato dal Gruppo Emiliano Romagnolo dei Cavalieri del Lavoro

Bologna, 8 maggio 2017 - Come distinguere l'informazione di qualità da una fake news? Come navigare nel sovraccarico di notizie che ogni giorno di viene proposto continuamente da moltissime fonti? Sono stati gli argomenti al centro dell'incontro **“Informazioni, opinioni e fake news: la comunicazione ai tempi del web“**, dedicato ai giovani dell'ultimo anno delle scuole superiori, che si è svolto questa mattina nell'aula Marco Biagi, presso la sede de il Resto del Carlino, organizzato dal Gruppo Emiliano Romagnolo dei Cavalieri del Lavoro.

A fare gli onori di casa il presidente e a.d. di Monrif, **Andrea Riffeser Monti**, che ha sottolineato come l'informazione di qualità viene declinata, ogni giorno, nei giornali della Poligrafici Editoriale (Quotidiano Nazionale, il Resto del Carlino, La Nazione, il Giorno): **“Raccontando i fatti con pezzi e titoli aderenti alla realtà, senza esagerazioni“**.

Un impegno ribadito anche dal direttore di Quotidiano Nazionale e de il Resto del Carlino, **Andrea Cangini**: **“Il nostro giornale è un punto di riferimento per i nostri lettori, a cui cerchiamo di essere vicini proponendo gli argomenti che a loro interessano di più, come le cronache locali, con un approccio anticonformista, con un punto di vista che serva da stimolo all'intelligenza del lettore“**

“La qualità dell'informazione è fondamentale, perché permette di fare scelte di qualità“, ha ribadito **Stefano Possati**, presidente del Gruppo Emiliano Romagnolo dei Cavalieri del Lavoro.

Non a caso, **il web** è stato al centro del dibattito della mattinata, perché negli ultimi due decenni è stata la Rete a stravolgere i meccanismi della comunicazione e dell'informazione in modo molto più rapido di qualsiasi altra 'rivoluzione industriale' accaduta nella storia.

A iniziare dal 'giornalismo partecipativo', definizione che si adatta agli UGC (User Generated Content, ovvero contenuti generati dagli utenti), di cui ha parlato il professor **Alberto Marcati**, docente di marketing all'Università Luiss di Roma. **“Un fenomeno in crescita - ha spiegato, illustrando una specifica ricerca - anche grazie ai social media. Oggi abbiamo una grandissima varietà di argomenti distribuiti su una grandissima varietà di piattaforme“. E la quota di utenti che passa da un ruolo passivo, di sola fruizione dei contenuti, a un ruolo attivo, è per l'appunto in costante crescita“**.

Un meccanismo che aumenta e amplifica a dismisura la quantità di informazioni presenti sul web, senza dar loro una gerarchia, come ha sottolineato il professor **Piero**

Polidoro, ricercatore di Semiotica all'Università Lumsa di Roma: "I social presentano nella stessa forma (un post su Facebook, un tweet, ecc, ndr) informazioni che hanno autorevolezza diversa e che provengono dalle fonti più disparate, dal New York Times a un qualsiasi amico". Ecco come la cassa di risonanza del web amplifica quella che dagli anni '50 viene definita come 'dissonanza cognitiva': cerchiamo in Rete informazioni e conferme di idee e teorie che abbiamo già, chiediamo conferme alle nostre opinioni senza esaminare diversi punti di vista, in un percorso che può portare a vere e proprie negazioni della realtà. Per questo, per combattere le fake news, è importante educare a capire, a riconoscere le informazioni di qualità.

Negli ultimi decenni, il web ha fatto saltare il ruolo di mediatore fra fonte e notizia, che è proprio del giornalismo, ha sottolineato **Paolo Giacomini**, vice direttore delle testate online della Poligrafici Editoriale. Eppure il rispetto della professionalità, dalla verifica delle fonti alla stesura delle notizie, è l'antidoto più efficace contro la diffusione delle fake news, spesso spacciate proprio allo scopo di creare disinformazione.

Tutto male quel che arriva dal web e dai social quindi? No, perché la rete offre anche gli strumenti per **verificare** l'attendibilità di quel che si trova online, dai siti di fact-checking alle tante possibilità del data journalism.