

Corso di formazione per giornalisti dal titolo

IL RISCHIO DELLE FALSE NOTIZIE ALL'EPOCA DELL'EMERGENZA SANITARIA DA COVID-19

**nell'ambito della rassegna "Cortina tra le righe 2020"
Giovedì 10 settembre 2020. Ore 14.00-16.00.**

Sede: Alexander Girardi Hall, Cortina d'Ampezzo (BL)

Tema:

"La correttezza dell'informazione e la deontologia al tempo delle false notizie, tra web e social"

**Intervento di Giovanni Rossi, Presidente del Consiglio
regionale dell'Ordine dei giornalisti dell'Emilia-
Romagna**

Viviamo nella società del "rancore", dell'incertezza, dove credulità ed incredulità spesso si mescolano indissolubilmente: questa è la necessaria premessa.

In più siamo all'interno di enormi e rapidi cambiamenti dei quali non sappiamo valutare appieno la portata (vedi la pandemia in atto e il flusso migratorio costante in tutto il mondo). Sono fenomeni che ci sconcertano e ci destabilizzano.

Nei social media questa società si rispecchia. I social in sé sono una grande occasione e potenzialità. Il problema è come e perché si utilizzano.

E poi c'è da tener conto di quanto l'intelligenza artificiale già ora e sempre più in futuro condizionerà lo stesso flusso delle notizie e così gli orientamenti delle persone.

In questi tempi – in una società sempre più massificata - c'è tanta voglia di esserci, di rappresentarsi, di esprimere un'opinione purchessia, di non sparire nella massa, nell'anonimato, per questo si ricorre ai social. Non li si usa per acculturarsi. Il che – per chi si occupa di scienza – è un bel problema poiché di lì passa una gran quantità di notizie o presunte tali.

Lo stesso web è in sé fonte di notizie medico-scientifiche poiché sono in crescita i cosiddetti “webeti”, coloro che hanno patologie derivanti dalla dipendenza dalla rete. Perfino secondo gli organizzatori dei pellegrinaggi a Lourdes il 63% dei pellegrini ha problemi di natura psichica e per buona parte di loro l'origine va ricercata in un uso massivo, continuativo ed ossessivo, dei social. Ma non bisogna trascurare anche l'incidenza dei “vecchi” mezzi d'informazione.

La tv ha più seguito di quel che si ritiene poiché i TG restano uno dei riferimenti essenziali per informarsi da parte di molti cittadini, mentre i quotidiani cartacei, che sono stati in crescita durante tutto il Novecento, raggiungendo oltre i sei milioni e mezzo di copie nel momento massimo, oggi – 2020, in tutta Italia – si sono assestati su 1.200.000 copie. E a quanto dicono gli esperti i periodici – pure quelli specializzati – sono ancora più in crisi dei quotidiani. E le copie digitali non è che vadano tanto bene dato che nell'ultimo quadriennio hanno perso il 24% e solo quest'anno, sul 2019, c'è stato un recupero dell'1%. I lettori sono sempre più anziani. Sono dati dell'AGICOM.

Anche per questo mi concentro sui social e sulla rete in generale dove ci si è approcciati alla scienza più che nel passato.

Il problema è che è una narrazione – quella dei social – priva di priorità, cioè di una gerarchia dove anche le cose irrilevanti hanno lo stesso spazio e la medesima dignità di avvenimenti rilevanti. E non c'è neppure una scala di valori. In tema di scienza e di ricerca questo approccio costituisce di nuovo un problema serio.

Così verità e menzogna, mezza verità ed intera falsità si fondono. Non si distinguono. Non si capiscono neppure.

Il tempo reale non aiuta: le notizie vanno “digerite”, lavorate, verificate, cosa che nei social e nell’online in generale normalmente non si fa, si sta all’emozione del momento, spesso deviata e non corrispondente ai fatti.

È la differenza tra il lavorare “a caldo” o “a freddo”.

Tra il fornire notizie ragionevolmente fondate ed altre che tali non sono. È il processo che genera le cosiddette “fake news”. Uno dei processi. L’altro è la precarizzazione della professione, l’instabilità lavorativa, il lavoro a cottimo basato sui like ed i “mi piace” a volte, negli Stati Uniti accade, determinano la permanenza al lavoro o meno e, come minimo, la carriera.

I social network tra l’altro corrispondono e rispondono ad una cultura e perfino a leggi non nostre, non europee, ma statunitensi molto lontane – per fortuna, dico io – dalle nostre regole. Negli USA non c’è diffamazione, intesa come reato. Gli insulti, nei social, li veicola per primo il Presidente.

Ad esempio, non c’è distinzione reale tra informazione e contenuti promozionali e, quindi, pubblicitari. Pensate ai guai che questo crea in un campo delicato come quello medico.

Il problema vero è, quindi, la cultura con la quale ci avviciniamo ai social ed alla Rete in generale.

Bisogna – intanto – che ognuno, individualmente e pubblicamente, si assuma sempre e comunque la responsabilità di ciò che dice e scrive. Vale anche per i giornalisti che non sono esseri speciali, anche se qualcuno lo pensa.

Lo dobbiamo ai fruitori del nostro lavoro che hanno diritto ad una informazione certificata.

Lo dobbiamo alla società che abbiamo il dovere di far crescere, in cultura e, quindi, in civiltà.