

Ecco come cambia l'informazione ai tempi dei social

Maurizio Boldrini

● *I social crescono e stanno cambiando in profondità la comunicazione ma proprio per questo l'attendibilità diventa essenziale. I social crescono e possono ampliare e rendere possibili nuovi modelli di giornalismo che si aggiungono a quelli storicamente affermati. I social crescono ma se circa il settanta per cento del traffico del mobile passa da Facebook diventa difficile per i giornali on line sopravvivere se non hanno alle spalle la carta stampata. Sintetizzo così il lungo confronto che ha animato #SOCIALCOM16, il cui suo secondo appuntamento si è tenuto ieri alla Camera dei Deputati.*

PrimaComunicazioneonline ne offre un più ampio resoconto. Amministratori, politici, giornalisti ed esponenti del mondo della comunicazione (oltre venti interventi) hanno discusso a lungo sui temi che, di questi tempi, sono nell'agenda sia di chi vive il mondo dell'informazione che di chi studia i media: dalle nuove forme di diffusione delle notizie al rapporto, non sempre idilliaco, tra media tradizionali e social network; dall'attendibilità delle fonti alle regole da rispettare quando si mira alla formazione del consenso. Per Riccardo Capecchi, segretario generale dell'Agcom, poiché i social creano una narrazione che tende a essere in simbiosi con il pubblico, l'attendibilità dell'enunciatore diventa un elemento basilare del discorso. Tanto per i politici che per i giornalisti. Se i social rappresentano una rivoluzione straordinaria perché danno voce a tutti senza eccessive mediazioni allora diventa essenziale ragionare sul delicato tema del controllo delle fonti: l'ha sostenuto Gennaro Migliore, Sottosegretario di Stato al Ministero della Giustizia. Per Antonio Palmieri, responsabile internet e nuove tecnologie di Forza Italia, per affrontare il mondo dei social, proprio per le caratteristiche innovative che possiede, occorre «più libertà e più responsabilità». Da Alessandra Ravetta una delle osservazioni più acute: se è vero che gran parte del traffico del "mobile" passa da FB diventa indispensabile integrare più e meglio l'online e il cartaceo magari costruendo modelli credibili di business e inventando nuovi modelli di giornalismo, per dirlo con Luca De Biase, del Sole 24 Ore. Una giornata davvero particolare, per la Camera.

