



Cultura - #Covid: "Le Fake news e il racconto dell'emergenza coronavirus", Aldo Mantineo e il suo libro coraggioso

Catanzaro - 24 mar 2021 (Prima Pagina News) Il libro di Mantineo dà anche spazio adeguato ai documenti dell'Agcom e della Task force messa in piedi dal Governo italiano, nonché alla interessante relazione del già presidente dell'Agcom in Parlamento.

“Non è solo questione di (buona) informazione, il che già non è cosa da poco. Quanto le fake news abbiano pesato, e continuano a farlo ancora oggi, sulla gestione della pandemia è davvero sotto gli occhi di tutti”. Già nell'incipit dell'introduzione al suo “Completamente Falso, Praticamente Vero” - edito da Media & Books per la collana Media & Comunicazione - Aldo Mantineo mette in evidenza quale sia la particolarità della sua opera, che risiede nel periodo in cui ha scelto di occuparsi di uno dei fenomeni deteriori del web, e dei social media in particolare. L'autore ha ben chiaro un fatto oggettivo: diffondere disinformazione è sempre un atto grave, e può avere ripercussioni negative di carattere sociale e civile e persino, come oramai è stato acclarato, sulla tenuta democratica di interi Paesi. Ma farlo in un contesto pandemico assume connotazioni criminali, giacché può incidere sulla salute delle persone. Può essere, in sostanza, questione di vita o di morte. Come nel caso in cui si metta in circuito la notizia che il Covid 19 possa essere curato con gli sciacqui di candeggina, o assumendo alcolici. Eppure, queste autentiche bufale, come riferisce puntualmente Mantineo, sono circolate liberamente per mesi e sono state introiettate da milioni di persone in tutto il mondo. Nel libro, l'autore definisce puntualmente i concetti di fake news e fact - checking – anche nell'agile e utilissimo “Abecedario della pandemia” ivi inserito – disinformazione e misinformazione (termine italianizzato derivante dall'inglese misinformation, che indica una informazione falsa diffusa “colposamente”). Da leggere con attenzione il capitolo “Riconoscere una fake news” nel quale Mantineo precisa prioritariamente e opportunamente che “non si tratta sempre e comunque di notizie semplicemente false quando non inventate di sana pianta quanto, invece, di contenuti che miscelano vero e verosimile, descrivono scenari plausibili e possibili, prendono a prestito “pezzi” di verità assoluta e li innestano in contesti differenti da quelli propri” manipolando testi ma anche immagini. Dopodiché, vengono puntualmente indicati alcuni elementi che fungono da segnale d'allerta rispetto a una notizia, e anche taluni meccanismi messi in campo dagli stessi social media al fine di contrastare la loro diffusione. Infine, si fa riferimento ai diversi sistemi e soggetti realizzati e istituiti per la verifica dei fatti (fact – checking, appunto). Ma, a mio avviso, l'idea che percorre tutto il saggio è che il migliore mezzo di contrasto alla disinformazione sia il giornalismo di qualità, o il giornalismo tout court. E su questo ci sarebbe da scrivere tantissimo. Con l'avvento della rete prima e dei social dopo, si è assistito ad una proliferazione delle fonti senza precedenti, necessariamente non qualificate, ciò in concomitanza con una crisi



profonda dell'informazione professionale determinata anche dal drenaggio di risorse economiche tutto a vantaggio dei colossi Big Tech. Il mercato pubblicitario si è spostato, in maniera speriamo reversibile ma abnorme, verso queste grandi aziende che fruiscono di un vantaggio strutturale determinato dalla loro capacità di acquisire dati e, attraverso il microtargeting, e la profilazione, di essere estremamente precise nella veicolazione dei messaggi pubblicitari. E qui non ci attardiamo sulla questione della privacy per ragioni di spazio. La pandemia, con il ricorso sempre più esteso ai servizi digitali, ha ulteriormente allargato il divario, regalando a pochissimi soggetti profitti stratosferici. Qualcosa sta forse cambiando solo negli ultimissimi tempi, con la rinuncia ai cookies da parte di Google, con le norme e gli accordi per il pagamento dei contenuti pubblicati sulle piattaforme, siano esse social media come Facebook o motori di ricerca come Google. Ma si tratta davvero di briciole. Rimane quindi il problema dell'informazione, che per essere di qualità va retribuita adeguatamente. Inoltre, i media tradizionali dovrebbero smettere di dare ulteriore risonanza a ciò che accade su internet, puntando sulle proprie professionalità e sull'originalità di quanto pubblicano. Il libro di Mantineo dà anche spazio adeguato ai documenti dell'Agcom e della Task force messa in piedi dal Governo italiano, nonché alla interessante relazione del già presidente dell'Agcom in Parlamento. Infine, due interviste a Francesco Giorgino, volto noto del TG nazionale oltre che docente alla Luiss, e a Carlo Morabito, docente presso l'Università Mediterranea di Reggio Calabria. Con quest'ultimo, il discorso si allarga all'Intelligenza artificiale e all'apprendimento automatico, per l'utilizzo che se ne può fare per combattere la disinformazione ma non solo. Temi caldi sui quali si dibatte in tutto il mondo in relazione ai risvolti etici del loro uso. Ma il professore Morabito non manca di lanciare un allarme sulla mancanza di risorse destinate alla ricerca in questo importante e decisivo settore, il che ha comportato un forte ritardo rispetto a Paesi che hanno colto la rilevanza decisiva della sfida, quali Stati Uniti e Cina e altri ancora. Nino Mallamaci Corecom Calabria

(Prima Pagina News) Mercoledì 24 Marzo 2021