

Cancellato (Fanpage.it): «Oggi il problema sono le piattaforme sui cui ci sono le news: sono neutrali?»

Giornalisti a confronto tra fake news e clickbait: l'importante è mantenere la qualità e la coerenza

g.sca.

Non c'erano tutti i direttori degli altri anni, ma il tradizionale confronto tra giornalisti, per il livello del dibattito al Festival della Tv di Dogliani, ha soddisfatto soprattutto chi discute, s'interessa ed opera nel campo dell'informazione. A discutere di fake news, clickbait, social, algoritmi che "guidano" più o meno consapevolmente le nostre scelte e il rapporto del giornalismo con questo mondo c'erano Daniela Preziosi, Francesco Cancellato, direttore di Fanpage.it, Andrea Malaguti, vicedirettore vicario de La Stampa, Luca Ubaldeschi, direttore del Secolo XIX, interrogati da Alessandra Sardonì. «Il pericolo della deriva acchiappa clic è sempre presente - ha detto Preziosi -. Noi, sul nostro sito, cerchiamo di starci alla larga, proponendo inchieste inedite come quella molto cliccata sulla vita privata di Giorgia Meloni che hanno fatto i miei colleghi». Cancellato è ottimista: «Il grande rischio di attrarre il lettore in modo truffaldino con titoli ed

esche varie che poi non corrispondono al contenuto dell'articolo mi sembra sia ormai superato». Più cauto Ubaldeschi: «C'è tanta comunicazione in un campo dove noi cerchiamo di fare informazione, che è un lavoro diverso, basato su valori e visioni. È una battaglia dura. La strada? la qualità e la coerenza». Malaguti: «Non ci mancano le coordinate per sapere come va fatto il nostro mestiere e neppure ci manca la consapevolezza dell'importanza di questo mestiere. Stiamo vivendo, però, un periodo in cui è difficile capire se condividiamo ancora gli stessi valori, è complicato confrontarsi». L'avviso più importante è di Cancellato: « Mi preoccupa il fatto che la stragrande maggioranza della comunicazione attuale sia in mano a tre o quattro società globali e della loro neutralità non siamo affatto certi». Bello il paragone conclusivo di Malaguti: «Dogliani, a suo modo, è un esempio di clickbait: la prima volta vieni attratto dalla sua nomea, poi ci torni volentieri perché il luogo mantiene e migliora le tue aspettative».

