



CORECOM REPORT

I quaderni del Comitato Provinciale per le Comunicazioni



Conferenza provinciale dell'informazione 2018

Numero

15

Anno 4
novembre

2018



Consiglio Provincia autonoma di Trento
Comitato provinciale per le comunicazioni



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
AGCOM COMUNICAZIONI



Composizione del CoReCom

Presidente: Carlo Buzzi

Componenti: Roberto Campana, Carlo Giordani,
Laura Mezzanotte, Giuseppe Stefanelli

**Responsabile
della Segreteria:** Cinzia Destefani

Struttura: Claudia Debiasi, Ester Manganotti,
Gianluca Marconi, Giulia Evans
Via Mancì, 27 (accesso diretto da Via Torre Verde, 14
3° piano) Tel. 0461/213198 – Fax 0461/213155

Email: corecom@consiglio.provincia.tn.it
corecom@pec.consiglio.provincia.tn.it

Sito web: www.consiglio.provincia.tn.it/comitato_servizi_radiotv.it.asp

Il Comitato provinciale per le Comunicazioni (Corecom) è stato istituito con la legge provinciale 16 dicembre 2005, n. 19, configurandosi come un organo misto in quanto alla funzione originaria di organo di consulenza della Provincia autonoma, in base alla normativa precedente (Legge n. 103/1975, Legge n.223/1990, Testo Unico n. 177/2005) ha aggiunto quella di "organo funzionale dell'Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni (Agcom) per l'esercizio sul territorio di funzioni delegate".

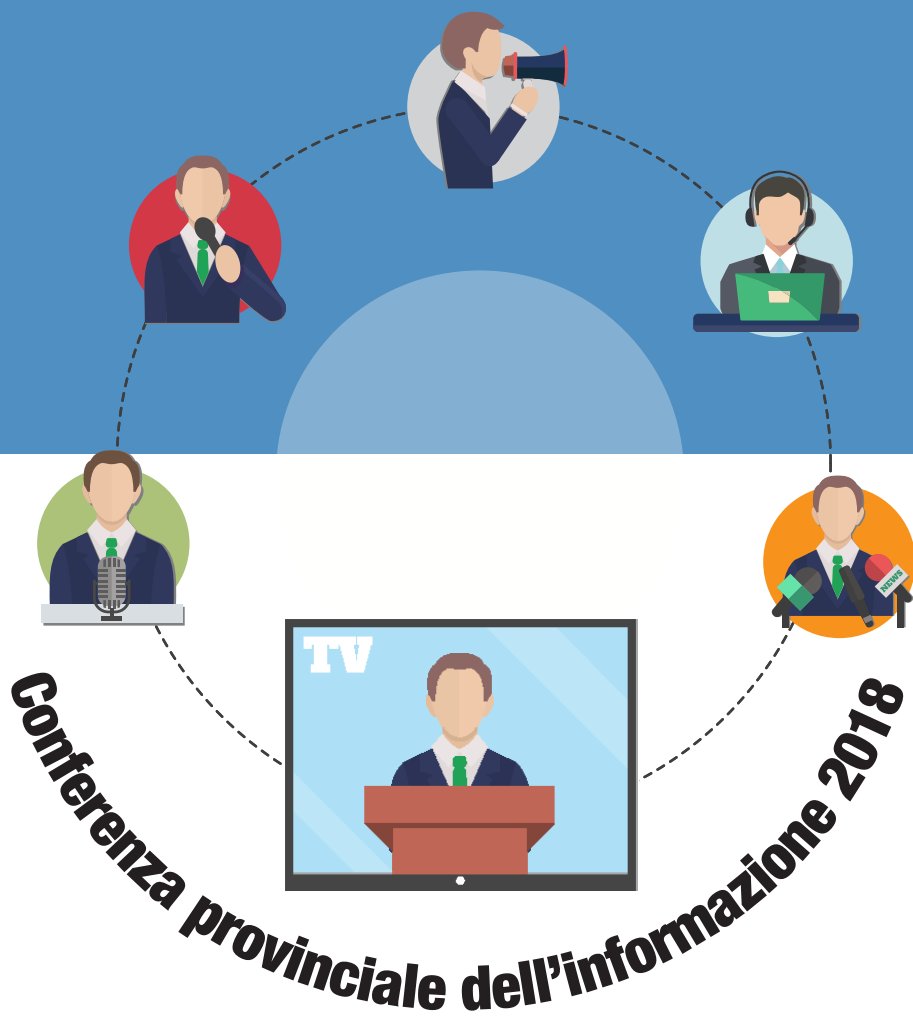
Tali funzioni delegate sono state conferite ai Corecom attraverso la sottoscrizione di una specifica convenzione, i cui contenuti sono stati approvati con l'Accordo-Quadro stipulato in data 25 giugno 2003 tra l'Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni, la Conferenza dei Presidenti delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti dell'Assemblea dei Consigli regionali e delle Province autonome e successivamente ampliati con un secondo Accordo-Quadro, stipulato il 4 dicembre 2008. Infine, lo scorso 12 dicembre 2017 è stato presentato un nuovo Accordo-Quadro per l'esercizio delle funzioni delegate ai Corecom, che è stato sottoscritto nel gennaio 2018.

Il Corecom quindi aggiunge alle competenze di "organo di consulenza" per Giunta e Consiglio provinciali anche quelle di "organo funzionale" dell'Autorità nazionale, esercitando in sede locale le deleghe su importanti materie. Basti citare quelle relative alle controversie tra i cittadini e gli operatori della comunicazione, alla tutela dei minori in campo radiotelevisivo, al monitoraggio del sistema locale radiotelevisivo ed alla tenuta del Registro degli operatori di comunicazione a livello provinciale.

Lo spirito con il quale il Comitato si è mosso, svolgendo il suo ruolo di terzietà quale garante del sistema della comunicazione audiovisiva, è stato quello di affiancare alle funzioni di controllo quelle di prevenzione e di sensibilizzazione con l'obiettivo di assicurare il massimo di pluralismo e del rispetto delle regole; inoltre l'ottica delle attività promosse o progettate è tesa anche a favorire la crescita produttiva, imprenditoriale e culturale delle emittenti e delle imprese multimediali dislocate sul nostro territorio che sono impegnate in un confronto sempre più competitivo all'interno dei processi di globalizzazione dell'informazione e della comunicazione.

In sintesi il Corecom svolge:

- **attività di tutela e supporto ai cittadini e alle imprese** (conciliazioni nelle controversie tra i gestori dei servizi di telecomunicazione e gli utenti; vigilanza in materia di tutela dei minori)
- **attività di vigilanza e controllo sul sistema provinciale della comunicazione** (par condicio: rispetto di parità di accesso ai mezzi di informazione nel periodo elettorale e ordinario, monitoraggio dell'emittenza locale, vigilanza di pubblicazione e di diffusione dei sondaggi e registro operatori delle comunicazioni)
- **attività di sostegno alle imprese** (contributi alle emittenti televisive locali)
- **attività di ricerca e di studio in materia di comunicazione**



Conferenza provinciale dell'informazione 2018

Trento, 26 settembre 2018
Fondazione Bruno Kessler – Aula Grande
Via Santa Croce, 77 - Trento

Quaderno a cura di: Anna Röss

Hanno partecipato al convegno:

Introduzione

Carlo Buzzi - Comitato provinciale per le Comunicazioni, presidente

Chiara Zanoni Zorzi - Fondazione Bruno Kessler

Enrico Paissan - Componente Consiglio dell'Ordine dei Giornalisti del Trentino Alto Adige

Informazione e disinformazione: la lotta alle fake news

Laura Mezzanotte - Componente Comitato provinciale per le Comunicazioni

Cristopher Cepernich - Università degli Studi di Torino, Sociologo

Maurizio Napolitano - Fondazione Bruno Kessler, Informatico

David Puente - Blogger e debunker

Rosa Cavallaro - Agcom, Direzione Contenuti Audiovisivi

Legge provinciale 7 dicembre 2016, n. 16 e fake news

Antonino Ali - Università degli Studi di Trento, Giurista

Dibattito sulla legge provinciale per la promozione dell'informazione locale

Moderatore:

Carlo Giordani - Componente Comitato provinciale per le Comunicazioni

Interventi di:

Graziano Angeli - Trentino TV

Alessandro Raffaelli - Radio Italia anni 60

Guido de Mozzi - L'adigetito.it

Fabio Peterlongo - Il Trentino

Rosa Cavallaro - Agcom

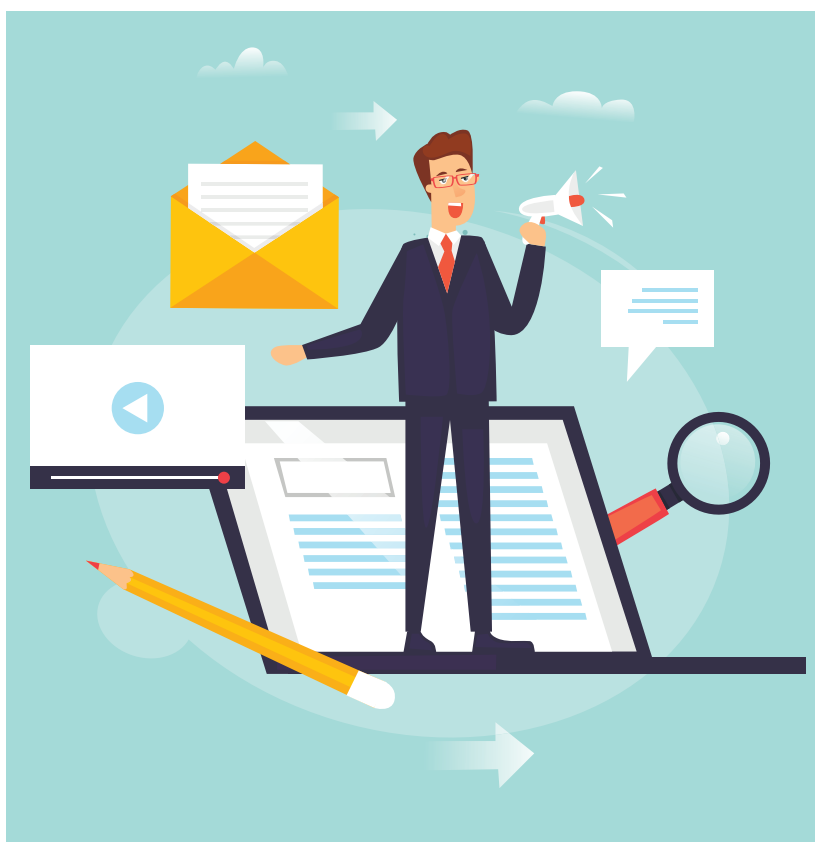
Laura Mezzanotte - Corecom

Giampaolo Pedrotti - Provincia Autonoma di Trento

Maurizio Napolitano - Fondazione Bruno Kessler



La Conferenza provinciale per l'informazione rappresenta un importante appuntamento previsto dalla Legge provinciale 7 dicembre 2016, n. 16. Questa Legge stabilisce determinati interventi di promozione a favore dei servizi informativi erogati dai media locali che operano gratuitamente sul territorio trentino. La stessa Legge assegna al CoReCom il compito di organizzare annualmente una conferenza sull'informazione, allo scopo di analizzare l'evoluzione del settore, mantenere vivo uno spazio di confronto tra gli operatori della comunicazione e offrire la possibilità



a chi usufruisce del finanziamento di dare suggerimenti o consigli migliorativi rispetto alla Legge stessa. La prima conferenza, tenutasi il 17 ottobre 2017, è stata dedicata alle grandi trasformazioni che si stanno imponendo nel mondo della comunicazione, affrontando insieme agli esperti l'impatto delle nuove tecnologie sui diversi media. In occasione della seconda edizione della conferenza, il CoReCom ha individuato nella problematica delle *fake news* un tema centrale e quanto mai urgente: le notizie distorte, false o fuorvianti si stanno diffondendo nel web, e più in generale nel sistema informativo, con una velocità sorprendente. In questa neo-cultura della post-verità, la notizia viene offerta come autentica al pubblico sulla base di emozioni e di sensazioni, senza che vi sia un controllo della sua veridicità, sulla garanzia delle fonti, sull'accertamento dei fatti. A tracciare i contorni di questa problematica in un'ottica interdisciplinare è stato chiamato un insieme di esperti introdotti da Laura Mezzanotte, componente del CoReCom. È quindi seguito un intervento dal punto di vista giuridico, con l'obiettivo di valutare se una Legge a sostegno dell'informazione richieda anche di prendersi carico delle problematiche della disinformazione e del suo possibile impatto sistematico sulla formazione dell'opinione pubblica. La discussione conclusiva ha consentito di raccogliere, infine, le prime valutazioni e indicazioni da parte degli operatori coinvolti rispetto a questa Legge.

Ringraziando tutti i partecipanti e in modo particolare la Fondazione Bruno Kessler per la disponibilità ad ospitare la conferenza, oltre alla delegazione del CoReCom Veneto con il suo presidente Gualtiero Mazzi, è con profondo spirito di collaborazione che, attraverso questa pubblicazione e i documenti che la precedono, trasmettiamo ai membri del CoReCom che ci succederanno tutte le informazioni e le riflessioni raccolte nel corso di questo quinquennio e in occasione delle prime due conferenze sull'informazione, nella speranza che questi momenti di confronto possano continuare a sostenere il percorso intrapreso a difesa di un'informazione locale di qualità.

Carlo Buzzi

Presidente del CoReCom del Trentino
novembre 2018



1. Introduzione

Carlo Buzzi, Presidente del CoReCom, dopo una breve presentazione dei lavori, dà la parola a **Chiara Zanoni Zorzi, della Fondazione Bruno Kessler**, che porta i saluti del presidente **Francesco Profumo** e del Segretario generale **Andrea Simoni**. La Fondazione, precisa Zanoni Zorzi, è un'istituzione con una visione olistica della ricerca scientifica e tende a mettere a fattor comune competenze multidisciplinari e condivisibili sia nell'ambito dell'innovazione scientifico-tecnologica sia nell'ambito dell'innovazione sociale e culturale, per perseguire obiettivi unitari. Alcuni gruppi di ricerca si occupano del tema dell'informazione adottando prospettive diverse, da quelle più affini al polo delle scienze umane e sociali a quelle proprie della comunità che si occupa di ricerca scientifica e tecnologica. Gli storici analizzano il processo di cambiamento e di condizionamento della società rispetto alla comunicazione e ai mass media che ciascuna epoca storica ha sviluppato e con cui ha influenzato le dinamiche sociali e culturali di una comunità. Differente è il lavoro del fronte scientifico-tecnologico, che con il *Center for Information and Communication Technology* si occupa di informazione da sfaccettature molto diverse e con un focus sul presente e sulle tecnologie più avanzate: il *Digital Commons Lab* (DCL) è un progetto esplorativo con l'obiettivo di studiare, supportare, divulgare e innovare il mondo degli archivi digitali. Il tema delle *fake news* è assolutamente attuale, continua Chiara Zanoni Zorzi, da un lato per la velocità con cui le informazioni alterate, ingannevoli o false si diffondono e si affermano, dall'altro per gli effetti che sanno produrre a livello globale. **Alla base delle fake news c'è spesso un interesse economico o politico e nella storia abbiamo avuto episodi anche clamorosi**, basti pensare alla grande bufala della **Borsa valori, nel 1814**, quando **qualcuno si presentò a Dover, in Inghilterra, comunicando la morte di Napoleone: nell'arco di una giornata questa notizia non verificata riuscì a provocare uno scossone finanziario sulla piazza di Londra**, che all'epoca rappresentava la più importante borsa a livello internazionale. Si tratta di eventi che devono essere monitorati e declinati rispetto alle epoche storiche, anche attraverso opportuni e innovativi strumenti legislativi, adattandoli a questo continuo divenire di fenomeni. **Enrico Paissan rappresenta con le sue parole il Consiglio dell'Ordine dei Giornalisti del Trentino-Alto Adige**. Il tema delle *fake news* coinvolge in

modo stringente tutti gli attori del mondo della comunicazione e dell'informazione: ciononostante il mondo del giornalismo, il quale dovrebbe essere assolutamente interessato a fronteggiare questo pericolo, non ha ancora compiutamente maturato un proprio punto di vista organico sulle dimensioni del fenomeno, sulle sue origini, sulle sue caratteristiche fondamentali e soprattutto sulle modalità per contrastarlo. **Lo spirito della Conferenza organizzata dal CoReCom offre l'opportunità di riflettere più in generale sull'esplosione e l'invasività del tumultuoso ed incessante processo di innovazione tecnologica e sulle conseguenze che ha comportato per la vita di ciascuno di noi.** Gli interventi specifici sul tema delle *fake news* tracceranno i contorni di un fenomeno che tende ad inquinare sempre più pericolosamente il dibattito pubblico, assumendo una dimensione internazionale ed interferendo in misura tutt'altro che secondaria sullo stesso confronto per l'egemonia politica planetaria. È responsabilità del mondo giornalistico, continua Enrico Paissan, quella di interrogarsi, anche se è un





compito non facile e ci costringe a confrontarci con la necessità di una crescita della professionalità in tutto il settore, richiamando gli attori alla deontologia, alla formazione permanente, alla qualità della professione. L'entità dei ritardi in questo ambito è clamorosa: la Legge 3 febbraio 1963, n. 69, nell'opera di uno dei padri della Costituzione italiana Guido Gonella, ha istituito l'Ordine dei giornalisti in un'era che oggi possiamo considerare preistorica per l'informazione e la comunicazione. La formazione continua obbligatoria prevista all'epoca è rimasta a lungo inevasa e soltanto con il Decreto del Presidente della Repubblica 7 agosto 2012, n. 137 proposto dal Ministro della giustizia Paola Severino, la formazione permanente è finalmente divenuta un obbligo. **Il bilancio non è ancora entusiasmante: uno zoccolo duro di circa l'8% di giornalisti italiani non ha accumulato alcun credito in questi ultimi anni e un ulteriore 30% sarà sottoposto a provvedimenti sanzionatori perché rimasto ampiamente al di sotto dell'asticella prevista.** È evidente quanto proprio il soggetto primario del sistema dell'informazione sia ancora lontano dal cogliere l'elemento della preparazione come assolutamente imprescindibile. Il dato è coerente con la preoccupante caduta dei livelli di acculturazione complessiva nel nostro paese, attribuibile secondo molti studiosi anche alle caratteristiche del processo digitale. **I social media, in particolare, hanno trasformato in pochissimi anni il sistema editoriale cambiando radicalmente il modo di produrre e di consumare l'informazione.** Internet ha catalizzato un gran numero di fruitori dei media tradizionali e l'intero sistema sarà in futuro metabolizzato dalle piattaforme digitali che già svolgono una funzione di *media company*. La potenza di questi nuovi soggetti è tale da rischiare di cancellare secolari tradizioni di presenze informative e comunicative, le quali erano pur sempre dotate, anche a livello delle realtà locali, di rilevanti competenze di autogoverno. **Google ha raggiunto recentemente la cifra di un miliardo di dollari di capitalizzazione ed ha a disposizione un'impressionante quota di liquidità per svolgere un monitoraggio permanente a livello mondiale.** Non solo, uno dei fondatori di *Facebook*, **Mark Zuckerberg, ha ottenuto con l'acquisizione di *Whatsapp* il controllo di un pacchetto complessivo che stabilisce un'egemonia sul sistema mondiale.** L'ordine dei giornalisti, conclude Enrico Paissan, è allora urgentemente chiamato a riflettere, ad apprendere tutto ciò che è possibile e a stabilire preziose alleanze, in questa importantissima battaglia per tutelare la libertà di informazione.



2. Informazione e disinformazione: la lotta alle *fake news*

Laura Mezzanotte, componente del Comitato provinciale per le Comunicazioni, introduce il cuore della conferenza sollevando l'attenzione sul primo problema da affrontare in tema di *fake news*, ovvero la definizione. In un rapporto della Commissione parlamentare britannica è rintracciabile un'interessante problematizzazione del termine e un suggerimento in merito ad una diversa definizione del



fenomeno, anche attraverso la lingua inglese: si parla allora di ***misinformation***, con riferimento all'informazione sbagliata, e di ***disinformation***, l'informazione distorta nella quale entra in gioco il dolo dell'autore. La distinzione è importante per definire il campo di azione giuridico entro il quale cercare di regolare i meccanismi che stanno minando alla base il bene primario dell'affidabilità delle informazioni. Nel nostro sistema questo bene è assimilabile alla fede pubblica, che il nostro sistema penale protegge quando si tratta di documenti, di monete, di simboli ma che non protegge quando si tratta di informazioni fondamentali sulla base delle quali le persone prendono le loro decisioni. **Quando viene minata alla base la fiducia nelle informazioni c'è una perturbazione del sistema che poi si riflette a cascata su tutta una serie di altre cose.** Per questa ragione, conclude Laura Mezzanotte, il CoReCom ha voluto coinvolgere alcuni esperti in questo ambito, per cercare di capire quali sono le trappole che si sono innescate nel sistema e fare chiarezza su un fenomeno che sta avvelenando i pozzi della democrazia.

2.1. Verso una literacy dei nuovi ambienti

Cristopher Cepernich, sociologo dei media e dei fenomeni politici al Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università degli Studi di Torino, riprende la questione definitoria: specificare che cosa intendiamo con l'etichetta *fake news* è un aspetto fondamentale, non solo come punto di partenza per poter normare il fenomeno, ma soprattutto per ridurre questo disordine terminologico che si riflette nell'opinione pubblica e nell'ansia diffusa rispetto alle attuali trasformazioni. **È assai preoccupante la difficoltà che si rileva nel giornalismo**, prosegue Cepernich, **nel definire fenomeni diversi.** In questa ambiguità concettuale si è collocata tutta una serie di situazioni molto distanti dalle *fake news* in senso stretto: le bufale, la definizione di fatti alternativi, la questione della post-verità, i meccanismi di ***click-baiting*** sul web, la questione della disinformazione e della misinformazione, la battaglia informativa in campagna elettorale, oltre a tutto ciò che ha a che fare con la denigrazione, con le chiacchiere, con la propaganda, con l'***hate speech***, con l'***incivility*** che si sviluppa durante le campagne elettorali, con le attività di ***trolling*** organizzato. Tutto ciò che rientra nel dibattito pubblico viene ricondotto alla definizione di

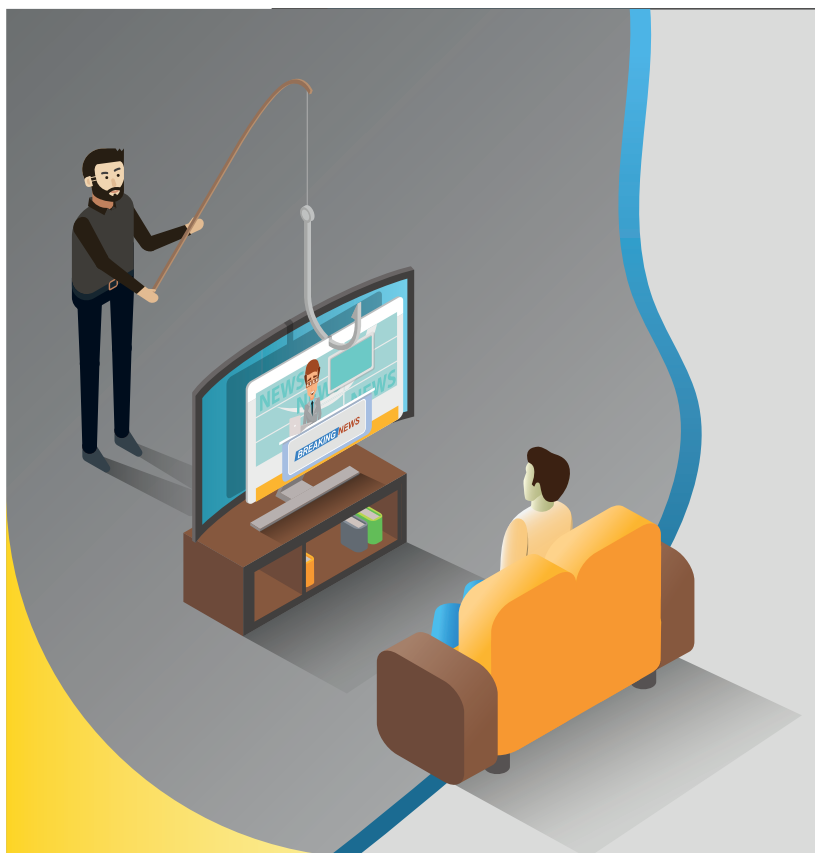


fake news: è nostro dovere, esorta, mettere ordine in questo caos, poiché la comprensione dei fenomeni sociali è legata alla precisione della loro rappresentazione anche linguistica. Il termine *fake news*, riflettendoci, è un'etichetta senza senso, una locuzione ossimorica: **non è possibile dare una notizia in senso etimologico ed etichettarla come falsa, poiché se il meccanismo fondamentale alla base del giornalismo è la verifica della rappresentazione, in quanto falsa non può essere una notizia**. Il termine *fake* ha a che fare con la comunicazione più che con l'informazione: la distinzione tra i due concetti è un aspetto centrale del dibattito su questo tema. Da un'analisi della letteratura internazionale, gli elementi che secondo Cepernich aiutano a focalizzare le *fake news* in maniera più precisa, accettandone l'etichetta, sono quattro. **L'obiettivo è il primo: un movente politico o economico è sempre all'origine delle**



fake news. Non è una novità: durante l'epoca d'oro della politica, si praticava propaganda e costruzione del consenso elettorale non sempre sulla base della trasparenza informativa. **Il secondo elemento è il formato-notizia, ovvero la tendenza a far sembrare verosimile il contenuto diffuso** (verosimiglianza del *packaging*): di qui, ad esempio, l'invenzione di testate che richiamano quelle giornalistiche ma sono invece siti web inesistenti. **La terza questione caratterizzante ciò che definiamo fake news è quella della viralità sul web**, o più precisamente la diffondibilità su larga scala di certi contenuti, che circolano con una capacità di gran lunga maggiore di altri: così, ad esempio, quelli satirici e le comunicazioni che assumono toni negativi. La letteratura evidenzia, infatti, che, in modo particolare sui *social network*, la negatività chiama engagement, secondo un meccanismo che purtroppo funziona in questi termini. Tale capacità di circolazione di alcuni contenuti è peculiare dei contesti ad alta controversialità: la politica radicalizza le opinioni e tende a polarizzare il posizionamento di ciascuno rispetto ai temi in discussione. Infine, **il quarto elemento specifico delle fake news è la capacità di condizionamento delle agende mediatiche.** È noto che all'interno delle bolle informative la tendenza è quella del rafforzamento delle opinioni preesistenti: conseguentemente, per incidere sul piano elettorale non è sufficiente essere abili all'interno degli ambienti web, ma è necessario riuscire a raggiungere i sistemi informativi più allargati. Una *fake news* produce i danni più rilevanti quando esce dai circuiti autoreferenziali e dalle dinamiche sociali basate sul principio dell'emofilia, permeando i media tradizionali. Occorre allora innanzitutto ristabilire un'ecologia del dibattito pubblico, nell'occuparci di questo fenomeno.

Un altro aspetto messo in luce da Cepernich è che in tema di *fake news* l'attenzione esclusiva al web produce distorsione. Studi internazionali dimostrano una progressiva e crescente trasformazione della capacità di *agenda setting*, con un'interdipendenza ormai assodata tra quanto accade nei circuiti web e quanto accade nelle agende dei media tradizionali: **oggi non è dunque più possibile distinguere i vari media l'uno dall'altro. La digitalizzazione ha ibridato il sistema ed è quanto mai necessario adottare un approccio olistico allo studio dei media**, modificando gli schemi cognitivi con cui facciamo le nostre riflessioni sui meccanismi dell'informazione. **Fact-checking** e **debunking** sono sicuramente strumenti molto importanti, ma la ricerca della verità, della costruzione e decostruzione di una notizia falsa negli ambienti in cui circola è al contempo



un elemento di polarizzazione. Cepernich si sofferma sul **clima di paura nei confronti della grande trasformazione sociale dovuta alle nuove tecnologie, cui contribuisce la forte negatività della narrazione mediatica**. La tecnica della profilazione dei contenuti elettorali era la grande frontiera della comunicazione nelle campagne presidenziali statunitensi 2008-2012: **intorno a Barack Obama si era diffuso un immaginario straordinario di positività, mentre oggi la stessa tecnica di engagement online su vasta scala usata da Donald Trump, in un clima diverso, è divenuta un problema di**

dimensioni globali. Il cambiamento di paradigma nella comunicazione e la tendenza verso i *personal media* rappresentano dati di sistema indiscutibili: le crescenti piattaforme di messaggistica rendono invisibile il contenuto a ricercatori e osservatori. Le infrastrutture della comunicazione producono tipi di consumo informativo diverso: **il web è molto di più di un canale comunicativo, è un ambiente che infrastruttura comportamenti all'interno del quale i media tradizionali ridefiniscono le proprie funzioni a livello radicale.** La comunicazione politica è sempre più strutturata e organizzata a stare dentro i nuovi ambienti ed è diventata molto forte: **l'informazione, invece, è sempre più debole e per giunta asseconda le logiche di disintermediazione dei politici.** Replicare i *live Facebook* dei politici nei notiziari TV o riprendere i *tweet* all'interno degli articoli dei giornali sono operazioni straordinariamente sbagliate e fortemente risonanti di propaganda politica e non di informazione. **Siamo in un contesto in cui la politica bypassa l'informazione e l'informazione si lascia bypassare, trasformandosi in comunicazione.**

È allora quanto mai necessario normare, conclude Cepernich, ma allo stesso tempo diventerà progressivamente più difficile: avere una causa su *Facebook*, ad esempio, implica una rogatoria internazionale, poiché su quei canali il foro competente non è il nostro paese. Conseguentemente, è necessario spostare il nostro focus da chi produce le *fake news* a chi le diffonde e le consuma: la vera sfida è lo sviluppo di una cultura dei nuovi ambienti. **Il CoReCom, insieme agli attori coinvolti, è chiamato ad intraprendere azioni indirizzate ad una progressiva *literacy* digitale dei giovani e della popolazione più in generale, in uno sforzo congiunto verso un nuovo equilibrio nella relazione tra informazione e comunicazione.**

2.2. Data Journalism e Fake News

Maurizio Napolitano, referente istituzionale presso la Fondazione Bruno Kessler sui temi *Open Source* e *Open Data* e per il gruppo *Digital Commons Lab*, offre una lettura dei principali problemi connessi alla trasmissione delle informazioni, in particolare laddove sia condotta ad un livello non professionale. Napolitano fa riferimento ad Eben Moglen, accademico presso la Columbia



attori politici attraverso procedure di *sentiment analysis*. In questo processo i dati sono fondamentali, sono alla base della gerarchia della conoscenza, ma dobbiamo riuscire a capirli e molte procedure di semplificazione diffuse rischiano di ingannare. Saper scegliere i colori o le rappresentazioni più adeguate dei grafici, saper elaborare le mappe in modo efficace, sono tutti aspetti importanti per comunicare correttamente i concetti, perché i risultati possono essere tracciati ed interpretati in maniera molto diversa. Dopo le ultime elezioni nazionali, si è diffusa una mappa che rappresentava il Parlamento italiano in relazione a chi aveva vinto, una mappa dal titolo “Un paese diviso”. Riproducendo l’analisi dei dati e **colorando la mappa per città anziché per regione, è stato possibile ottenere, dice Napolitano, una rappresentazione del nostro paese che era forse meno attraente ma certamente più realistica**, mostrando posizioni più confuse che divise: la differenza nelle regioni riguardo alla vittoria di un partito politico rispetto ad un altro è infatti spesso minimale e dunque la situazione non è così dicotomica e diffondere l’eco di un paese profondamente diviso significa praticare un’informazione distorta. Semplificare il linguaggio con cui si descrive la realtà per renderla accessibile a tutti è uno scopo nobile del



giornalismo, ma semplificare la realtà stessa non lo è affatto ed è spesso sintomo di pigrizia intellettuale.

Il fact-checking è assolutamente imprescindibile, continua Napolitano. Nel 2015, da una violazione del sistema di un sito di incontri, si sono diffusi alcuni dati relativi alla correlazione fra numero di abitanti e tradimenti di coppia: ne emerse che un piccolo comune trentino mostrava una proporzione considerevole di persone iscritte al sistema. Su richiesta del sindaco, comprensibilmente allarmato, FBK elaborò una serie di scenari per verificare i dati e la notizia fu poi smentita. Per fare *fact-checking*, esistono diversi strumenti sul web, come ad esempio il sistema di *Full fact*, un ente di beneficenza con sede a Londra che verifica e corregge i fatti riportati nelle notizie: l'applicazione ha un bellissimo format anche se richiede molta proattività. Napolitano fa riferimento anche al progetto ***Open Migration, un sistema che si propone di offrire un'informazione di qualità sfidando gli stereotipi e aiutando a capire ed inquadrare meglio il fenomeno migratorio***. Un altro progetto molto interessante è quello di Matteo Moretti, vincitore del *Data Journalism Award 2015* con la sua inchiesta multimediale **«Repubblica popolare di Bolzano», che racconta la comunità cinese in Alto Adige con l'approccio del Data Journalism**. Lo stesso Moretti, con ***Europa Dreaming, ci racconta il flusso di profughi e "richiedenti asilo" che sostano alla stazione di Bolzano e del Brennero prima di proseguire il loro viaggio verso il Nord Europa***, per cercare di inquadrare cosa stia accadendo al sogno europeo, a quello di chi ci abita e a quello di chi vi approda. Napolitano descrive un'operazione di *fact-checking* tratta dal suo blog *de.straba.us*, con la quale, nel 2014, insieme a Cristian Consonni, mostrò un esercizio di *Data Journalism* con gli *open data* estratti da fonti ufficiali, allo scopo di verificare i numeri esagerati diffusi in merito al Referendum sull'indipendenza del Veneto. Un "angolo dello spippolatore" corredò l'articolo attraverso una chiara esposizione della metodologia utilizzata per il controllo dei dati e la verifica dei fatti.

Data Journalism e *fact-checking* amplificano senza dubbio il lavoro del giornalista, conclude Napolitano, ma sono elementi essenziali all'interno di un dibattito e di una catena di lavoro che, nonostante tutte le difficoltà legate ai meccanismi delle redazioni e alla pressione nel pubblicare, deve mirare ad accrescere la qualità dell'informazione, nella consapevolezza che il *fact-checking* può anche non modificare significativamente le opinioni o comportare dei vantaggi.



2.3. A caccia di bufale

David Puente, blogger e debunker, approfondisce alcuni temi che riguardano le *fake news*, facendo riferimento a diverse situazioni concrete. Per poter combattere una malattia come quella della *fake news*, la dobbiamo conoscere e sviscerare fino in fondo. Internet è un mezzo che ha velocizzato la comunicazione, ma **le bufale sono sempre esistite, anche se non erano diffuse in diretta su Youtube o su Facebook**. Celebre è l'affermazione "Se non hanno più pane, che mangino *brioche*", tradizionalmente attribuita a Maria Antonietta d'Asburgo-Lorena e che sarebbe stata diffusa dai suoi detrattori allo scopo di delegittimarla agli occhi dell'opinione pubblica, invogliando le masse a protestare. Oggi si continua a diffondere bufale, soprattutto in campo politico, definendole "verosimili": il *fact-checking* è difficile proprio perché anche di fronte all'evidenza dei fatti ci sono diverse reazioni, da quelle di chi ammette l'errore a chi si protegge avanzando a propria difesa la verosimiglianza della *fake news*. Questi aspetti mettono in luce un problema che ha radici culturali.

Nel suo lungo lavoro in rete, Puente ha acquisito un'esperienza sulle modalità di diffusione delle *fake news*. **La disinformazione funziona perché piace,**



afferma: **le bufale coinvolgono per lo più gusti e interessi personali e si diffondono perché le persone provano piacere a raccontarle, non preoccupandosi di verificarne la veridicità.** In un recente viaggio aereo, la Presidente della Camera **Laura Boldrini avrebbe occupato, secondo molte fonti di informazione, un posto riservato ad un disabile:** il sito che pubblicò questa notizia sulla base di una dichiarazione avrebbe dovuto procedere con la verifica dei fatti attraverso un confronto tra i due numeri di imbarco e avrebbe scoperto, prima di diffonderla, che la notizia era falsa. Se un canale mediatico sbaglia perché riproduce erroneamente ciò che trova online, si può creare una situazione di sfiducia nei confronti di quel media e gli utenti cercano informazioni alternative. **Accanto alle fonti di informazione accreditate, troviamo allora pseudo-siti di informazione che spesso non sono neppure registrati al tribunale, basti pensare a La Repubblica.info, Il Giornale.it, Il Fatto quotidiano,** i quali giocano sui nomi e molte persone sono per questo tratte in inganno. Troviamo, inoltre, attività di persone che si creano account fasulli, come nel caso recente della bellissima Lara Pedroni: una utente *Facebook* che, dopo aver sviluppato nel tempo un numero considerevole di amicizie, ha iniziato improvvisamente a pubblicare bufale a proposito di diversi esponenti politici, condividendole nei gruppi in cui aveva raggiunto credibilità. L'account, che aveva utilizzato le fotografie alterate di una modella inglese, si è rivelato falso, è stato poi cancellato e c'è stata una denuncia alle autorità inglesi. **Un altro esempio è la comparsa su *Twitter* della notizia di un ritorno a casa da parte degli aquilani terremotati, il messaggio è stato pubblicato nello stesso giorno da una miriade di utenti.** Si è parlato di propaganda a favore del governo in vista delle elezioni, si è pensato ad un'attività illecita, ma a seguito di un'analisi approfondita si sono scoperti account falsi, creati e gestiti da un server di un'azienda romana, che pubblicava in automatico frasi rubate da altri *twitt* virali o di interesse, per creare una platea di utenti credibili su *Twitter* e fare marketing. Sulla questione della disinformazione come controllo politico, se è vero che la singola bufala non può cambiare il voto, continua Puente, è vero anche che più bufale nell'arco del tempo potrebbero farlo. Il *fact-checking* è semplicemente giornalismo, mira a sviscerare alcune cose e poi a spiegarle in maniera semplice ma ben articolata di fronte a un pubblico che è variegato. È tuttavia importante fare attenzione, in questa verifica dei fatti, a non eccedere con i toni e a non innescare reazioni che chiudono il dialogo con le persone.



sistema che si basa su emozioni. **È importante stabilire un'attività di dialogo anche con le persone che credono nelle bufale, per disinnescare la disinformazione e raggiungere quella maggioranza silente**, che non sa come posizionarsi e che dovrebbe poter avere la possibilità di accedere ad un'informazione corretta che può essere verificata da sé. Imposizioni o leggi punitive, invece, sarebbero percepite come limitazioni della libertà di espressione. Faticoso e indispensabile, nel mondo dell'informazione è distanziarsi dal proprio credo e dalla propria ideologia, così come non fermarsi alla prima apparenza e andare in profondità, perdendoci del tempo. **Non meno importante**, rammenta Puente, **è l'attività sui giovani, accompagnandoli nella lettura delle informazioni, su Instagram e sui canali futuri**. Il lavoro di Puente continua a Bruxelles, insieme ad altri *fact-checkers* di altri paesi, per l'istituzione, in vista delle elezioni europee, di un gruppo di lavoro proprio sul tema delle *fake news*.

2.4. Un Tavolo tecnico per il contrasto alla disinformazione online

In ambito nazionale, **Rosa Cavallaro, funzionaria di AgCom**, ci presenta il Tavolo tecnico dell'Autorità sul tema della disinformazione online, partendo da un'analisi dei più recenti interventi di regolamentazione in materia.

Tra i suoi compiti, l'AgCom deve garantire la completezza, l'imparzialità e il pluralismo dell'informazione, ai sensi dell'articolo 3 del Testo Unico dei servizi media-audiovisivi, che contiene i principi fondamentali del sistema. **L'articolo 7 dello stesso Testo Unico si riferisce all'informazione come un servizio di interesse generale che deve assicurare la rappresentazione veritiera dei fatti, in modo da favorire la libera formazione delle opinioni**. Lo stesso articolo riconosce l'importanza dell'accesso di tutti i soggetti politici in maniera paritaria ai mezzi di informazione e dà all'Autorità il potere di regolamentare in linea con questi principi, attraverso delibere in materia di pluralismo e di par condicio (si ricordino la n. 243/10/CSP e la n. 296/17/CSP).

L'AgCom interviene spesso anche con atti di indirizzo per richiamare i *broadcaster* in caso di particolari fatti di cronaca e di eventi. La delibera n. 442/17/CONS, recentemente, ha introdotto una raccomandazione sulla **corretta rappresentazione dell'immagine della donna nei programmi di informazione e di intrattenimento: in seguito ad alcuni episodi di cronaca relativi a molestie**



sessuali nel mondo del cinema, l'Autorità aveva infatti verificato attraverso i dati di monitoraggio che la spettacolarizzazione e la generalizzazione di alcuni fatti potevano determinare una lesione dei diritti fondamentali della persona, sia delle vittime che di presunti eventuali molestatore. Le emittenti furono allora richiamate al rispetto dei principi della correttezza e della completezza dell'informazione. **La delibera n. 403/18/CONS fu invece adottata in seguito all'omicidio di una ragazza a Macerata, per il quale furono accusate due persone provenienti dall'Africa: dal monitoraggio di AgCom era emerso che alcune scelte narrative, immagini e linguaggi utilizzati suggerivano un nesso causale**



fra immigrazione e criminalità. L'Autorità era intervenuta anche in questo caso richiamando i *broadcaster* a rispettare il principio della non discriminazione. La Legge 22 Febbraio 2000, n. 28, all'articolo 5, dà all'Autorità e alla Commissione di Vigilanza RAI il compito di regolamentare le campagne elettorali e referendarie per garantire l'accesso equilibrato dei soggetti politici ai mezzi di informazione. **Nel 2016, in occasione del Referendum sulle trivelle, l'Autorità intervenne diverse volte, richiamando le emittenti a fornire un'informazione più completa e precisa,** in modo da permettere ai cittadini di ottenere una conoscenza chiara dei quesiti e delle posizioni, garantendo consapevolezza e libertà nella scelta del voto.

AgCom ha anche un ruolo, continua Rosa Cavallaro, in materia di diritto di rettifica: chiunque si senta leso nei suoi interessi dai servizi media-audiovisivi può rivolgersi all'Autorità, così come possono rivolgersi le emittenti che invece non ritengono necessario concedere il diritto di rettifica.

Da tempo, inoltre, AgCom sta affrontando il tema dei nuovi media: **due indagini condotte in collaborazione con il CENSIS* hanno evidenziato le problematiche relative alle nuove tecnologie e al rispetto della tutela dei minori,** mettendo in luce l'importanza della *media literacy* e di una riflessione sulle misure di garanzia più adatte al nuovo contesto comunicativo digitale. Recenti ricerche** evidenziano che, nonostante i media tradizionali rappresentino ancora i mezzi principali di accesso all'informazione e di formazione del consenso politico, una gran parte della popolazione italiana utilizza oggi anche i *social network*. Per questo, negli ultimi mesi l'Autorità ha deciso di avviare un percorso, istituendo un Tavolo tecnico per la **garanzia del pluralismo e della correttezza dell'informazione sulle piattaforme digitali,** con l'obiettivo di promuovere l'autoregolamentazione delle piattaforme e lo scambio di buone prassi nell'individuazione e nel contrasto dei fenomeni di disinformazione *online*. Sono stati coinvolti i principali *broadcaster* nazionali, gli editori di stampa tradizionali, l'ordine dei giornalisti, le associazioni pubblicitarie, le associazioni degli utenti, ma anche piattaforme digitali come *Facebook* e *Google*, per arrivare ad un insieme di regole condivise. Inizialmente sono state prodotte delle linee guida per la campagna elettorale, a

* AgCom (2014) *Libro bianco media e minori* e AgCom (2018) *Libro bianco media e minori 2.0*.

** AgCom (2018) *Il rapporto sul consumo di informazione*, Servizio economico-statistico.



partire da principi applicabili anche ai contesti digitali. *Facebook* e *Google* sono stati disponibili a mettere a disposizione degli strumenti di verifica di tali principi, come ad esempio la pubblicazione di messaggi di contenuti illeciti, e anche a dare accesso a tutti i soggetti agli strumenti di comunicazione politica eventualmente creati. **Facebook ha creato una pagina con i programmi ufficiali dei partiti in lista alle ultime elezioni e ha avviato anche una campagna informativa, pubblicata su diversi quotidiani, sulla disinformazione, con un decalogo di strumenti per riuscire a scoprire notizie false.** Il Tavolo tecnico AgCom è costituito da cinque gruppi di lavoro. Un primo gruppo si sta occupando del tema della definizione di disinformazione, studiando i fenomeni che sono presenti *online* per cercare di classificarli. Il secondo gruppo sta cercando di tracciare i flussi economici che finanziano i siti di *fake news*. Un terzo gruppo sta studiando le tecniche di *fact-checking* esistenti a livello internazionale, nell'ottica di arrivare ad un progetto condiviso. Gli altri due gruppi sono finalizzati



alla creazione di quella cultura digitale da tutti evocata: una direzione è quella della *media literacy*, che vedrà coinvolti i CoReCom sul territorio, insieme ad altri enti come il Ministero dell'Istruzione, offrendo strumenti al cittadino per potersi muovere nell'ambito del digitale; l'ultimo gruppo sta creando delle campagne per gli utenti, oltre ad un decalogo che verrà diffuso secondo disponibilità dei *braodcaster* attraverso spot di sensibilizzazione. **L'obiettivo finale è quello di arrivare a sviluppare un codice di autoregolamentazione: attraverso i CoReCom, il territorio verrà a conoscenza dei progetti cui questo Tavolo darà vita nei prossimi mesi.**



3. La legge provinciale per la promozione dell'informazione locale: valutazioni e prospettive

3.1. Legge provinciale e fake news

Antonino Ali, professore di diritto internazionale alla Facoltà di Giurisprudenza e alla Scuola di Studi di Internazionali dell'Università degli Studi di Trento, si occupa di sicurezza web e ha creato un *blog* nel quale, alla sezione "Disinformazione", è possibile rintracciare materiali interessanti di analisi giuridica su questo argomento.

Ali inizia il suo intervento citando Paul Watzlawick che, in un libro datato ma quanto mai attuale*, metteva in luce come la comunicazione poteva alterare la realtà per generare confusione o per disinformare intenzionalmente. Dal punto di vista empirico, in un recentissimo articolo**, sono stati pubblicati i risultati di una ricerca condotta dal *Massachusetts Institute of Technology* di Boston sul tema della diffusione di notizie via Twitter: questi risultati mostrano che **le informazioni false sul web si propagano molto più rapidamente di quelle vere e, proprio per questo, le fake news sono facilmente identificabili da chi abbia un po' di esperienza e senso critico**. Gli studi in questo ambito sono importanti e contribuiscono alla comprensione del fenomeno.

Dal punto di vista giuridico, continua Ali, si procede a due livelli: il primo, che rappresenta indubbiamente un problema di vasta portata, riguarda l'impatto della disinformazione sui processi elettorali e in definitiva sul processo democratico; un altro fronte è quello delle operazioni intenzionali di disinformazione o di influenza a livello internazionale, che vengono da sempre contrastate dagli stati e che coinvolgono prevalentemente la nostra intelligence. La questione delle *fake news* è disciplinata con uno schema abbastanza diffuso ma non centralizzato. In

* Watzlawick, P. (1977) *How Real Is Real?: Confusion, Disinformation, Communication*, Random House Inc.

** Vosoughi S., Roy D., Aral S. (2018) The spread of true and false news online, *Science*, Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151.



ambito internazionale l'Organizzazione delle Nazioni Unite, il Consiglio d'Europa, l'Unione europea, le organizzazioni regionali, si sono occupati del problema, senza adottare atti vincolanti per gli ordinamenti ma sicuramente determinando una certa influenza e sollevando in modo significativo il livello di attenzione su questo tema. **Molte delle attività di disinformazione in rete rientrano già in fattispecie del nostro codice penale e rappresentano delle violazioni configurabili come reati o contravvenzioni: si pensi alla diffamazione punita dall'art. 595 del codice penale o al reato di procurato allarme previsto dall'art. 658 del codice penale.**

Si potrebbero fare molti esempi di attività disinformative che sollevano ancora una volta il tema culturale, prosegue Ali: molti utenti appaiono persuasi di vivere in una sorta di nuovo ordinamento giuridico, dove il diritto non disciplinerebbe adeguatamente o del tutto i comportamenti, e così ritengono che le *fake news* possano circolare in rete e sui social senza alcun controllo. Il nostro codice penale prevede al contrario interventi anche molto significativi.

L'introduzione di modifiche in senso restrittivo, tuttavia, renderebbe pertanto l'informazione meno libera e rischierebbe di produrre effetti eccessivi, peggiorando probabilmente l'apparato normativo attuale.

L'intervento pubblico, sia a livello locale che nazionale, deve essere limitato al minimo, colpendo solo i casi estremi che hanno una funzione di deterrente sulle zone grigie. Vi è sempre il rischio di incidere sulla libertà di manifestazione del pensiero con la conseguenza che si potrebbero causare più problemi di quanti non se ne vogliono risolvere.

Le istituzioni devono agire a più livelli, attivando innanzitutto una serie di canali per migliorare il livello culturale del pubblico e la capacità di discernere le informazioni. È necessario, inoltre, mettere in atto quanto più possibile delle forme di *fact-checking* efficaci, ovvero l'accertamento degli avvenimenti citati e dei dati usati in un testo o in un discorso. Il fenomeno *fake news* è, tuttavia, in definitiva sopravvalutato laddove **la Commissione europea mette in evidenza che le notizie false colpiscono una quota di popolazione abbastanza modesta con effetti, almeno in Europa, limitati.**

Ali poi scende ad analizzare il quadro locale e ritiene che la Legge provinciale 7 dicembre 2016, n. 16 costituisca un intervento molto importante, in relazione alla crisi del giornalismo: **un enorme flusso di denaro, ricorda, è stato sottratto al settore informazione, in parte a vantaggio dei grandi gestori dei dati**

della rete internet e in parte ricadendo su altre fonti. La Legge provinciale rappresenta allora non tanto una forma di protezione assistenzialistica, ma di promozione dell'informazione locale, che è un prezioso servizio di interesse generale. **Nel finanziarne il pluralismo, questa Legge richiede ai media locali di rispondere ad alcuni criteri, come quello di mantenere determinati livelli occupazionali e un certo livello professionale, nonché di diffondere contenuti coerenti con le finalità dell'articolo 1.** La Legge provinciale disciplina non solo l'attribuzione ma anche la decadenza o la revoca del finanziamento, che può scaturire, come nel caso in cui una concessione venga gestita male, previa valutazione dell'interesse pubblico.





Si tratta in questo senso di un principio d'ordine generale del nostro diritto amministrativo. Il pericolo di un eventuale controllo pubblico sull'informazione non è così imminente, conclude Ali. La responsabilità dei funzionari pubblici è, tuttavia, significativa e sono necessari dati concreti che garantiscano la verifica del corretto uso del finanziamento, ma soprattutto è fondamentale che il nostro ordinamento favorisca un livello elevato nell'informazione.

3.2. Proposte per la Legge provinciale 7 dicembre 2016, n. 16

Il dibattito sulla Legge provinciale per la promozione dell'informazione locale è moderato da **Carlo Giordani, componente del CoReCom**, il quale, nelle sue parole di introduzione, ricorda che il comma 3 dell'art. 6 di questa Legge prevede che la Conferenza valuti gli effetti degli interventi sul settore dell'informazione, formulando proposte per eventuali correttivi. I principali attori della Legge, editori, giornalisti e tutti coloro che vogliono intervenire, hanno l'opportunità di formulare critiche e suggerimenti, che sono poi trasmessi al Presidente della provincia e alla competente Commissione permanente del Consiglio provinciale.

Graziano Angeli, di Trentino TV, apre la discussione portando le esigenze di molti editori. La priorità, per i mezzi di informazione locale coinvolti, è quella della stabilità. La Legge provinciale, dopo diversi anni di impegno, è finalmente arrivata ed è diventata operativa, ma i fruitori del sostegno sono di fronte agli interrogativi legati al rinnovo della Giunta e del Consiglio provinciale. L'auspicio è quello della continuità di questo intervento, che ha supportato gli editori attraverso un contributo di un certo tipo per un determinato periodo e che non può improvvisamente venire a mancare. In assenza di questo contributo, verrebbero meno i principi per i quali è stata promulgata questa Legge, continua Angeli, cioè di **tutelare la pluralità dell'informazione, la qualità delle informazioni e l'occupazione nel settore**. Dal punto di vista delle proposte, Angeli ricorda che la Legge provinciale tutela e supporta soltanto la gestione ordinaria degli operatori dell'informazione, ma nel 2020, con l'avvento del DVBT2 sarà necessario far fronte ad una gestione, imposta, di natura straordinaria. Come nel 2009 il passaggio dall'analogico al digitale ha comportato grandi investimenti e la provincia si è adoperata con varie soluzioni, il DVBT2 costringerà le emittenti ad un ulteriore sforzo, indispensabile per adeguarsi alla legislazione nazionale ed

ringrazia per l'opportunità, colta pienamente, offerta dall'intervento legislativo, auspicandone la continuità, poiché **un eventuale cambio di rotta comporterebbe molte difficoltà per la sua azienda, in relazione agli impegni presi e agli accordi in essere**. Raffaelli suggerisce, in un'ottica di miglioramento, **un alleggerimento della burocrazia legata alle procedure e una conseguente riduzione delle tempistiche nei finanziamenti**.

Anche **Guido de Mozzi, L'adigetito.it**, attribuisce alla Legge provinciale un grande risultato dal punto di vista occupazionale: l'azienda ha incrementato il numero dei collaboratori esterni e, **potendo contare su una stabilità del sostegno, potrebbe stabilizzare qualche collaboratore**. Questo lavoro ha concesso alla testata online di raggiungere i 100.000 accessi giornalieri, un successo dal punto di vista aziendale ma anche in termini di visitatori: se il principio, sottolinea, più che di favorire i giornali, era quello di consentire al pubblico di avere sempre una buona informazione anche nei momenti di crisi, la **Legge provinciale ha avuto un grande risultato e la speranza è che possa esserne garantita la continuità**. In tema di *fake news*, de Mozzi pone l'attenzione sulla **distinzione tra un mezzo di informazione regolarmente iscritto in tribunale, con un giornalista iscritto all'Ordine, e un mezzo di comunicazione come una bacheca virtuale, dove chiunque può scrivere qualcosa**. Distinguiamo i giornali, sollecita, i quali devono sempre verificare le notizie, e ricordiamo la fatica che fanno per essere giornali rispetto ad una bacheca.

Angeli avanza una proposta concreta a sostegno di questa distinzione fra informazione e comunicazione evidenziata nei vari interventi degli esperti. Per aiutare l'utente a discernere le informazioni con le quali viene a contatto, **i vari media potrebbero essere sottoposti ad un'autorizzazione ministeriale obbligatoria per poter fare informazione, certificabile attraverso un marchio di qualità** da apporre (ad esempio nella *homepage*) **come elemento di distinzione rispetto a chi fa comunicazione attraverso blog o altro**.

Fabio Peterlongo, giornalista collaboratore del Trentino, riprende la riflessione sulle trasformazioni in atto nel mondo dell'informazione e sul problema della disinformazione. A metà degli anni Duemila, ricorda, si era diffuso un grande entusiasmo per il web, per la libertà di informazione e per le opportunità che sembravano aprirsi, ma con l'avvento dei social le cose sono profondamente cambiate: **internet è passato dall'essere questo auspicato strumento di maggiore integrazione democratica e maggior controllo giornalistico,**



ad un far west in cui chiunque, in assenza di un'adeguata formazione di tipo professionale o minimamente deontologica può propagare i suoi pregiudizi e le sue false informazioni ad una grande quantità di persone.

La politica, come è già stato osservato, si è poi appropriata di questo strumento, mentre il mondo del giornalismo non è riuscito a coglierne altrettanto bene le potenzialità. Potrebbe essere utile, nella provocazione di Peterlongo, **una sorta di patente a punti per chi usa il web.**

Laura Mezzanotte, del CoReCom, ha una posizione critica nei confronti della repressione, che ritiene scarsamente efficace e tecnicamente molto difficile. Un meccanismo che si potrebbe elaborare, propone, ideandolo in modo concreto e in collaborazione con l'Ordine dei giornalisti, è quello di **provare a qualificare determinati utenti della rete. Le persone che operano professionalmente sul web potrebbero essere coinvolte, in linea con l'ipotesi di Angeli, per ottenere un bollino di certificazione che l'Ordine** potrebbe assegnare a partire da un minimo percorso di formazione. Questo riconoscimento darebbe maggiore senso e qualifica al lavoro di molte persone e potrebbe dare ordine alle cose.

Maurizio Napolitano, di FBK, in merito alla questione della certificazione, propone di **creare, in una collaborazione tra attori coinvolti a partire dal CoReCom e dall'Ordine dei giornalisti, un sistema di incentivi premianti per chi raggiunge determinati obiettivi di qualità apportabili all'informazione in generale.** L'idea sarebbe quella di cercare di spingere, attraverso una determinata premialità legata al raggiungimento di alcuni parametri, verso l'introduzione di una metodologia avanzata di *fact-checking* soprattutto sui temi rilevanti. Questo insieme di idee sono del tutto coerenti con l'iniziativa internazionale *Trust Project* contro le *fake news*, che prevede l'introduzione di indicatori di fiducia, coinvolgendo importanti testate e giganti del web come Google, Facebook e Bing. **I Trust Indicator sono offerti, come avviene per le etichette dei prodotti alimentari, per dare chiarimenti sulla fonte di una notizia e rappresentano dei parametri che mettono in evidenza i principi etici e il background dei giornalisti**, oltre alla natura del contenuto trasmesso (ad esempio news, inchieste, analisi o pubblicità). Tra i precursori dell'iniziativa figurano importanti testate come l'*Economist* nel Regno Unito, la *Dpa news agency* in Germania, *La Repubblica* e *La Stampa* in Italia, cui si sono aggiunti recentemente il *Corriere della Sera* e il *Sole 24 Ore*, in uno sforzo comune contro

la disinformazione in rete. Questo impegno di trasparenza che guida gli utenti nel riconoscimento del giornalismo di qualità, si sta diffondendo in Europa ma anche negli USA e in Canada e **sta già dimostrando la sua efficacia nell'aumento della fiducia nei confronti dei mezzi di informazione coinvolti.**

Gianpaolo Pedrotti, Capo Ufficio stampa della Provincia Autonoma di Trento, in conclusione di questo dibattito ricco di proposte concrete, sottolinea il carattere collettivo della Legge provinciale cui ha contribuito. Con questa Conferenza, evidenzia, **il CoReCom ha mantenuto fede ad un obbligo di legge in modo proattivo, sottolineando la necessità di un continuo confronto per portare avanti il progetto.** Ci auguriamo, continua Pedrotti, che lo sforzo di tutti gli attori che vi hanno collaborato abbia un futuro, poiché molte persone, nel loro ruolo istituzionale, si sono messe in gioco per cercare di raggiungere questo obiettivo finale della qualità: **Sandra Cainelli, con l'APIAE (Agenzia Provinciale Incentivazione Attività Economiche), si fa carico dei contributi e con i suoi collaboratori ritaglia con grande passione del tempo per cercare di interpretare questo prodotto strano e atipico che è la notizia.** La Legge provinciale ha prodotto dei risultati in termini di incremento occupazionale e anche di implementazione dell'offerta, migliorando le possibilità dei cittadini di usufruire dei servizi e di conoscere la realtà locale. Sono attualmente previste delle disposizioni finanziarie che ne daranno attuazione: tutti gli attori coinvolti sono chiamati a perseverare nell'atteggiamento collettivo a sostegno di questo risultato importante, per poter riuscire a proseguire nel lavoro di consolidamento della nostra democrazia attraverso lo strumento fondamentale della qualità dell'informazione.





Conferenza provinciale dell'informazione 2018

Quaderno a cura di: Anna Ressa

1. Introduzione	6
2. Informazione e disinformazione: la lotta alle <i>fake news</i>	10
2.1. Verso una literacy dei nuovi ambienti	11
2.2. Data Journalism e Fake News	15
2.3. A caccia di bufale	19
2.4. Un Tavolo tecnico per il contrasto alla disinformazione online	22
3. La legge provinciale per la promozione dell'informazione locale: valutazioni e prospettive	27
3.1. Legge provinciale e fake news	27
3.2. Proposte per la Legge provinciale 7 dicembre 2016, n. 16	30

I quaderni del Comitato Provinciale per le Comunicazioni

- | | | | |
|---------------|---------------|----------------|---|
| Anno 1 | nr. 1 | Aprile 2015 | Rapporto 2014.
Relazione sulle attività svolte |
| | nr. 2 | Giugno 2015 | Rappresentanza e rappresentazione di genere nelle TV del Trentino |
| | nr. 3 | Luglio 2015 | La radio locale tra innovazione e cross-medialità |
| | nr. 4 | Novembre 2015 | Premio Porro 2014-15 Giornalismo d'inchiesta: ma esiste ancora? |
| Anno 2 | nr. 5 | Marzo 2016 | Rapporto 2015.
Relazione sulle attività svolte |
| | nr. 6 | Giugno 2016 | La tutela dei minori e i media |
| | nr. 7 | Settembre 2016 | Il sistema televisivo nel Trentino: criticità e prospettive |
| | nr. 8 | Dicembre 2016 | Il monitoraggio delle TV locali |
| Anno 3 | nr. 9 | Marzo 2017 | Rapporto 2016.
Relazione sulle attività svolte |
| | nr. 10 | Settembre 2017 | L'uso del web e dei social in Trentino |
| | nr. 11 | Ottobre 2017 | Conferenza provinciale dell'informazione 2017 |
| | nr. 12 | Dicembre 2017 | Student Social Workshop: l'uso consapevole dei nuovi media |
| Anno 4 | nr. 13 | Marzo 2018 | Rapporto 2017.
Relazione sulle attività svolte |
| | nr. 14 | Giugno 2018 | Previsioni meteorologiche e media |
| | nr. 15 | Novembre 2018 | Conferenza provinciale dell'informazione 2018 |



CORECOM REPORT

I quaderni del Comitato Provinciale per le Comunicazioni



Consiglio Provincia
autonoma di Trento
**Comitato provinciale
per le comunicazioni**

Corecom Report

Supplemento n.1 al periodico Consiglio provinciale Cronache
Anno Quaranta - nr. 5 - Agosto-settembre 2018
edito dal Consiglio della Provincia autonoma di Trento.

Comitato provinciale per le Comunicazioni

Via Mancini, 27 - 38121 Trento
accesso diretto da Via Torre Verde, 14, 3° piano
Tel. 0461/213198 - Fax 0461/213155
Email: corecom@consiglio.provincia.tn.it
Pec: corecom@pec.consiglio.provincia.tn.it