

La rivoluzione digitale nell'informazione

IL SAGGIO

Per chi ha a cuore la sorte del mondo dell'informazione (e dovrebbero esserlo tutti, addetti ai lavori e consumatori del "prodotto" notizia) *Il crepuscolo dei media*, di Vittorio Meloni (Laterza), rappresenta una guida esauriente. Il mondo di cui parla questo agile volume, scrive l'autore, professionista della comunicazione, «si sta dissolvendo sotto i nostri occhi». Chi ha profetizzato la fine dei media tradizionali «è rimasto inascoltato». Dai tempi in cui Nicholas Negroponte postulava la nascita della rivoluzio-

ne digitale (era il 1995), la sua visione si è trasformata rapidamente nel «nuovo regime». La New Economy avanza, mentre si combatte per il controllo di grandi gruppi editoriali, come dimostra l'annunciata acquisizione di Time Warner da parte di At&T e la recente scalata di Vivendi a Mediaset. Il Washington Post cresce negli abbonamenti, dopo essere stato acquisito da Jeff Bezos, il patron di Amazon, complice anche l'opposizione alla presidenza Trump. *Democracy Dies in Darkness*, recita il nuovo slogan della testata, "la democrazia muore nell'oscurità".

Eppure, nel nuovo mondo dei me-

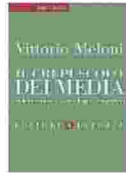
dia, le incognite non sono poche. L'era della post-verità impone controlli accurati che solo i vecchi media sembrano in grado di assicurare, mentre il proliferare di nuovi canali (i social come Facebook, in primis), sottolinea Meloni, «è di portata tale da non lasciare dubbi di alcun gene-

re sul loro potere e la loro influenza». Il proliferare delle *fake news* (le bufale), prodotte in ambienti social e amplificate dal meccanismo della condivisione impone «evoluzioni importanti sul piano deontologico, tecnologico e forse anche regolamentare». La carta stampata - come il New York Times - punta sugli "instant articles", con sviluppi interessanti, mentre una vera e propria edicola digitale gestita in presa diretta dai media si aggiunge a quella che ha preso forma «attraverso l'iniziativa di milioni di navigatori» che creano i *trend topics*, le notizie più lette del momento. Difficile, secondo Meloni, pensare però a una specie di

«cooperazione sinergica» tra i giganti del digitale e i media classici. I nuovi mercati dell'informazione «stanno già prendendo forma», per via della capacità di app e canali social di «elaborare un'immane massa di dati, trasformandola in un prodotto finito». La ricetta per «evitare l'estinzione», secondo l'autore è raggiungere accordi con i gruppi tecnologici dominanti, e decidere misure per la difesa del copyright. Ma lo scenario, per la democrazia, potrebbe essere comunque traumatico, in una società in cui sarà sempre più difficile distinguere tra rumors e fatti, tra informazione e propaganda.

Ermanno Borioni

© RIPRODUZIONE RISERVATA



VITTORIO MELONI
Il crepuscolo dei media
LATERZA
144 pagine
13 euro

