

COMUNICATO STAMPA

AGCOM: MORCELLINI, È GIUNTO IL MOMENTO DI INVESTIRE NUOVAMENTE SULL'INFORMAZIONE DI QUALITÀ

“L’universo della comunicazione digitale ha bisogno ora più che mai di regole. Dobbiamo rivendicare una nuova forza regolamentare nei confronti dei social network”. Lo ha detto il Commissario dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, intervenuto oggi, presso la nuova aula dei gruppi parlamentari della Camera dei Deputati, al convegno “Dove non arriva la privacy. Come creare una cultura della riservatezza” cui ha preso parte tra gli altri anche la Vice-Presidente dell’Autorità per la protezione dei dati personali, Augusta Iannini. “Osservando i dati di ricerca sui social – ha aggiunto Morcellini - si evidenzia che, per la gran parte degli utenti, è ampiamente diffusa la convinzione che le cattive notizie siano quelle vere. Di contro, le buone notizie non fanno notizia. I titoli delle notizie, spingono l’utente ad un irrefrenabile istinto, ‘*all you can eat*’, di condivisione a quanti più *post* possibili”.

Per il Commissario Agcom, “l’utente oggi naviga non più nell’infinito oceano della rete ma in uno, due, tre mari appena che sono i social. Non sente più l’esigenza di *uscire alla scoperta di mondi nuovi*. Qualcosa, però, a partire dallo scandalo *Cambridge analytic* sta cambiando. È giunto il momento di investire nuovamente sull’informazione di qualità”. Per arginare gli eccessi della comunicazione e dei social, ha detto ancora Morcellini, “occorre stressare questo risveglio che si sta diffondendo (o almeno affacciando) tra gli utenti della rete nei confronti dell’informazione, investendo in un nuovo rapporto di fiducia, ossia nella qualità e nella professionalità dell’informazione prodotta”.

La giornata di riflessione è stata voluta dalla giornalista, Eugenia Romanelli, in stretta collaborazione con Armando Ceccarelli, Presidente dell’Istituto di Psicologia Forense di Firenze.

Roma, 20 giugno