



Da TikTok ai podcast e allo streaming, 10 trend media (e social) del 2020

Quasi dodici mesi di vite online, tra riunioni di lavoro, esami universitari, cerimonie religiose e non solo

Dall'app di Bytedance, TikTok, che ha conquistato incontrastata il mondo social, a Netflix e Disney+, fino alla digitalizzazione circostanziale delle sfilate di moda da Londra a Milano, e alle nozze su Zoom, nel 2020 si sono riscontrate tendenze varie e multilaterali. Indubbiamente poi, se media e social media sono in costante evoluzione, l'anno della pandemia di Covid ha palesemente inciso sull'uso che ne facciamo, sullo spazio che vi dedichiamo nelle nostre vite. Di seguito, vi proponiamo **10 trend del 2020, da tenere d'occhio anche nel 2021.**

5. Fake news e "infodemia"

La disinformazione nell'anno del coronavirus ha ricevuto un'ampia eco, destando l'allerta di istituzioni, aziende e colossi del web, portando anche al conio del neologismo "infodemia" che Treccani ha definito come "circolazione di una quantità eccessiva di informazioni, talvolta non vagliate con accuratezza, che rendono difficile orientarsi su un determinato argomento per la difficoltà di individuare fonti affidabili". "Una cura contro l'infodemia. È quel che si sta preoccupando di trovare l'Organizzazione mondiale della sanità allertando sull'ondata di fake news che il coronavirus di Wuhan sembra essersi portato con sé in molti altri Paesi del mondo, oltre alla Cina. Con il neologismo (infodemia) l'Organizzazione mondiale della sanità ha voluto sottolineare che forse il maggiore pericolo della società globale nell'era dei social media è la deformazione della realtà nel rimbombo degli echi e dei commenti della comunità globale su fatti reali o spesso inventati" scriveva a febbraio Avvenire. A fine anno, è la ricerca realizzata da Fondazione Mondo Digitale, nell'ambito del progetto Vivi Internet Al Meglio in collaborazione con Altroconsumo e Google, a confermare che social e passaparola sono ritenuti fra le principali fonti di fake news sia tra i giovani (per il 90% i social, per il 46% il passaparola) sia tra gli adulti (per il 96% i social e per il 46% il passaparola).