

EDITORIA

L'INSOSTENIBILE LEGGEREZZA DELL'AI

Siti di notizie senza redazioni, crollo delle copie e ricavi pubblicitari assorbiti dai giganti del web: perché il cortocircuito economico dell'intelligenza artificiale è prima di tutto un'emergenza democratica **DI PATTY TORCHIA**

È SUCCESSO che in Trentino-Alto Adige - ma a questo punto geolocalizzare l'origine serve a poco - è nato WeNews, un sito di informazione giornalistica che si occupa di politica, cronaca, economia, salute, esteri, sport e cultura. Ottima notizia, si potrebbe dire: se nasce una testata giornalistica affidabile e competitiva, il mercato dell'informazione non può che gioirne. Ecco, non proprio. Perché la testata non ha una redazione o un direttore responsabile. WeNews fa informazione impiegando l'intelligenza artificiale, ovvero rastrellando notizie sul web. Tradotto: zero giornalisti, zero verifiche, zero responsabilità. D'altronde, l'Agcom a luglio aveva già lanciato l'allarme rispetto a fenomeni come questo. Per oltre vent'anni il modello economico dell'in-

formazione digitale si è fondato su un equilibrio relativamente stabile: Google indirizzava traffico verso i siti, i social amplificavano la distribuzione degli articoli e gli editori monetizzavano attraverso pubblicità e abbonamenti. Con l'AI questo schema è cambiato: i nuovi 'answer engines' non offrono solo link, ma sintetizzano le informazioni provenienti da varie fonti, consentendo all'utente di ottenere le risposte che cerca senza visitare il sito che ha contribuito a produrle. Tutto questo genera un cortocircuito economico e deontologico che attiene alla sostenibilità dell'informazione e al futuro del giornalismo. Da un lato con l'AI gli editori perdono traffico e quindi anche impression pubblicitarie, conversioni agli abbonamenti e rapporto diretto con il lettore. In sostanza si riduce

la capacità di finanziare il lavoro giornalistico di cui si serve l'AI.

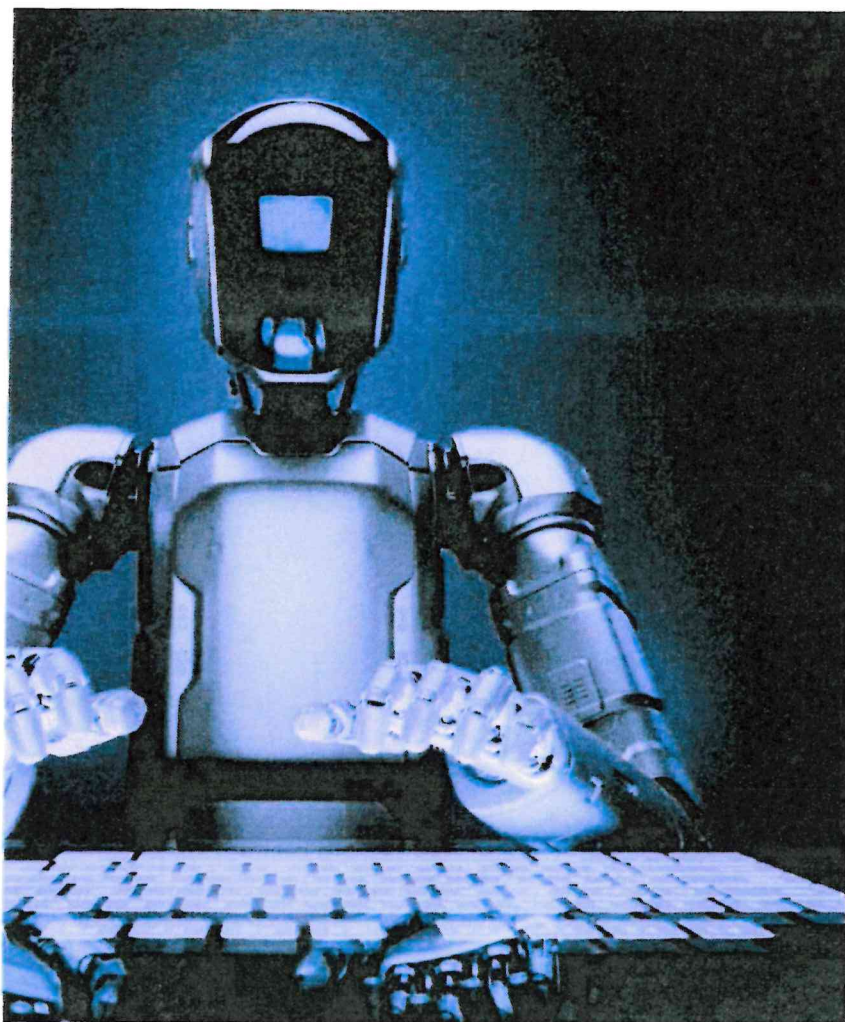
Dall'altro lato c'è il giornalismo, ovvero l'anima dell'informazione. Se una piattaforma come WeNews si spaccia come sito di informazione autentica, facendo in realtà pseudo-informazione, abbiamo un problema di democrazia importante. Per questo la Fnsi e il Sindacato giornalisti del Trentino-Alto Adige hanno inviato un esposto all'Agcom segnalando quelle società straniere (WeNews ha sede a Hong Kong) che si impadroniscono dello spazio digitale spacciandosi per fonti autentiche e autorevoli.

"Qui si deve semplicemente impedire a soggetti stranieri" spiegano Fnsi e Associazione regionale di Stampa, "di spacciare per informazione le fake news e di asservire le notizie al verosimile. Come

sindacato dei giornalisti continuiamo a chiedere che l'uso dell'intelligenza artificiale nel settore venga regolamentato". Preoccupato anche il sottosegretario all'Editoria Alberto Barachini: "La minaccia all'informazione da parte di siti come questo - ha detto in una nota - riguarda le fondamenta stesse della democrazia". Quindi se per anni il dibattito sulla sostenibilità dell'editoria si è concentrato sulla crisi della carta stampata,



STYLING: P. COI



la relazione dell'Agcom conferma che quella crisi continua - le copie dei quotidiani sono ormai scese a 1,2 milioni al giorno, ovvero un decimo rispetto all'inizio degli anni Duemila - ma che serve soprattutto spostare l'attenzione sulle piattaforme digitali.

Google è ormai il secondo operatore dopo la Rai, Meta supera l'8% del mercato, mentre Amazon, Netflix e Dazn consolidano la propria presenza. Parallelamente la

pubblicità online cresce del 12,2%, raggiungendo circa 7 mld di euro, mentre quella sui media tradizionali rimane sostanzialmente ferma. La questione non riguarda soltanto la redistribuzione delle risorse pubblicitarie. Oggi sono pochi i soggetti che controllano contemporaneamente motori di ricerca, infrastrutture cloud, piattaforme social, sistemi pubblicitari e modelli di intelligenza artificiale. Una concentrazione di

funzioni che rende asimmetrico il rapporto con gli editori.

Per questa ragione diventa importante il tavolo di consultazione avviato dall'Agcom tra editori e piattaforme digitali, il cui obiettivo non è solo discutere dell'equo compenso, già previsto dalla normativa italiana per l'utilizzo online dei contenuti giornalistici, ma verificare che quei principi valgano anche per i sistemi di AI generativa. Dietro ogni risposta

prodotta da un chatbot esiste infatti un patrimonio costruito attraverso redazioni, verifiche, inviati, archivi e investimenti.

Come si calcola il valore di un prodotto se chi lo produce non coincide più con chi lo offre? È qui che la sostenibilità diventa una questione democratica. Se l'AI riduce il traffico verso le fonti originarie, il rischio non riguarda soltanto i bilanci delle imprese editoriali: meno ricavi significano meno risorse per il giornalismo investigativo, per le redazioni locali, per la verifica delle fonti e per il pluralismo. Per questo l'Agcom insiste su un "nuovo contratto sociale digitale". Bisogna, quindi, costruire un modello nel quale innovazione tecnologica e produzione professionale dell'informazione continuino a sostenersi reciprocamente, evitando che il valore economico venga assorbito esclusivamente dagli intermediari digitali.

Se l'intelligenza artificiale utilizza il giornalismo come materia prima, il futuro del settore dipenderà dalla capacità di riconoscere e remunerare quel lavoro. Perché senza un'informazione economicamente sostenibile, anche gli algoritmi avranno sempre meno contenuti affidabili da cui imparare. E meno affidabilità vuol dire meno democrazia. ■