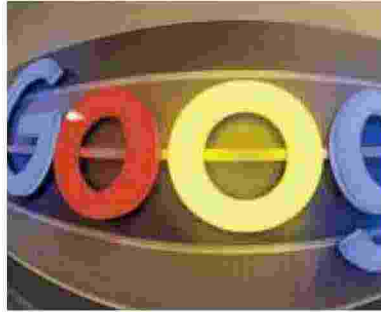


LA BATTAGLIA DELL'INFORMAZIONE A PAGAMENTO

# Google, il copyright e la buona democrazia

GIANNIRIOTTA

La trasformazione in corso tra i media delle società democratiche ha vissuto nel 2020 una brusca impennata. La pandemia incancrenisce la piaga della disinformazione e le elezioni presidenziali Usa hanno visto fake news diffuse perfino in ambiti istituzionali, chiamando il giornalismo a non es-



sere neutrale tra Vero e Falso. Il business model dell'informazione di qualità resta ancora in sviluppo, con interessanti opzioni senza però la "killer application" che rompa l'impasse. Va dunque analizzato con cura il recente accordo siglato in Francia tra Alphabet Google e sei quotidiani, tra cui gli storici Le Monde e Le Figaro.

CONTINUA A PAGINA 17

## GOOGLE, IL COPYRIGHT E LA BUONA DEMOCRAZIA

GIANNIRIOTTA

SEGUE DALLA PRIMA PAGINA

Dopo mesi di trattative editori e agenzie di Parigi hanno applicato la normativa europea sul copyright, che impone il diritto delle aziende media di ricevere profitti dalle piattaforme digitali, quando diffondano notizie. Google si opponeva dapprima, dicendo che le testate si giovano del traffico generato dal motore di ricerca, ma alla fine ha concordato sul «contributo all'informazione politica e sociale», sul volume di contenuto, i contatti mensili via web, e la loro condivisione. Si auspica adesso che l'azienda di Mountain View raggiunga un contratto quadro in tutta la Francia, come già in Germania.

Qualche analista parla di vittoria per i fogli parigini, qualcuno, più raziocinante, ricorda quanto la strada da percorrere per un più equo mercato dei contenuti sia lunga. Non si tratta, lo abbiamo ricordato in passato, di combattere una scomposta jihad tra piattaforme digitali e giornalisti, ma di comprendere come i monopoli, Google, Facebook, Youtube, Apple, Twitter si innestino, sul piano tributario e su quello editoriale, nella vita economica, politica e culturale del nostro tempo. L'illusione che le piattaforme siano un mezzo "tecnico", come le compagnie telefoniche anni '50 si è dissolta, e le frequenti apparizioni del fondatore di Facebook, Mark Zuckerberg, davanti al Congresso americano, per giustificarsi su disinformazione, algoritmi, dimostrano quanto il problema sia urgente. La senatrice Warren prometteva che, se eletta alla Casa Bianca, avrebbe imposto "il primo giorno" norme antitrust alle piattaforme, il presidente-eletto Biden sarà meno precipitoso, ma chiederà rendiconti su dati, algoritmi, disinformazione, discriminazione contro fasce di popolazione. In Italia editori e Google hanno già trattato, con alterni

risultati, si tratta ora, senza duelli anacronistici ma con strategie che portino cultura digitale alla comunità, di ripartire. Il tempo è propizio per una ripartenza, se le piattaforme han ripetuto gli atteggiamenti presi negli altri Paesi, i media mainstream hanno accumulato ritardi sulla rivoluzione digitale, costati sangue, in termini di occupazione dei giornalisti, qualità e bilanci delle testate, impoverimento della sfera dell'opinione pubblica.

Il sottosegretario alla Presidenza con delega all'Editoria Andrea Martella annunciava a Glocal, Festival del giornalismo digitale a nome del governo: «Vogliamo estendere alle imprese editoriali incentivi fiscali già presenti per l'industria 4.0, il credito di imposta, rivolto agli investimenti in beni strumentali, alla formazione di nuove professionalità digitali e alla riqualificazione professionale degli over 45... con misure di sostegno ad investimenti in dispositivi di protezione tecnologica, per garantire cybersecurity e contrastare la pirateria digitale, promuovendo alfabetizzazione digitale, informazione e lettura critica». Enrico Bellini, Government Affairs manager di Google Italia, concorda che i tempi chiedano mutamenti alla luce della direttiva copyright, rivendicando però i 14 miliardi di profitti globali che l'azienda innesca sui contenuti. Piattaforme ed editori devono quindi lavorare, con solerzia, sul progetto di Martella, usare il Recovery Fund per un cruciale piano Editoria 5.0 che riconosca quel che i migliori leader alla Direzione delle Reti di Comunicazione Contenuti e Tecnologia della Commissione europea sostengono con iniziative come l'Osservatorio sui Media Digitali Edmo: lo sviluppo dell'editoria di qualità non è solo intervento su una filiera economica, ma investimento nella democrazia.

Instagram @gianniriotta —

© RIPRODUZIONE RISERVATA