

Le Big Tech se ne fregano dei raggiri Qui serve il pugno duro della politica

Meta & C. raccolgono cifre enormi con la pubblicità, che poi smistano nei siti. Anche se si tratta di fake, tipo la mia finta lite con Messina. Come suggerito da Marina Berlusconi, questa «pirateria» va fermata dalla legge

di **GIANLUIGI PARAGONE**

■ Le truffe ci sono sempre state e molte hanno avuto il loro racconto: imperdibile quello di **Totò** che voleva vendere la fontana di Trevi allo straniero sprovveduto.

Nell'era della digitalizzazione e dell'Intelligenza artificiale, però, gli sprovveduti sono una platea molto più numerosa e facilmente aggirabile per la perfezione dell'inganno. Ieri vi abbiamo raccontato della truffa ai danni dei risparmiatori realizzata clonando la mia identità e immaginando uno scontro con il ceo di Intesa Sanpaolo negli studi di *Porta a Porta*. Nella trasmissione di **Bruno Vespa** avrei «sbugiardato» il banchiere cattivo, nella fattispecie **Carlo Messina**, e lanciato una piattaforma di trading online che, al contrario del sistema creditizio, avrebbe in cura i risparmi degli italiani e con un investimento minimo di 250 euro avrebbe assicurato una buona rendita.

Questa truffa - per la quale mi sto muovendo legalmente con il mio avvocato **Eugenio Piccolo**, anche a tutela del giornale - l'abbiamo raccontata perché ne avevamo trovato traccia in un banner pubblicitario inserito nella homepage di *Repubblica* (come da foto pubblicate). Cliccando si apriva l'articolo fake con la grafica di *Repubblica* altrettanto fake e le foto della finta trasmissione di **Vespa**. Ovviamente tutti i protagonisti sono all'oscuro: da me a **Messina**, da **Vespa** ai

colleghi di *Repubblica*.

Abbiamo anche spiegato il meccanismo. Un'azienda anonima (nel mio caso la *Url* riporta a una certa «woodupp») carica la sua pubblicità su uno o più network pubblicitari internazionali. Qui si tratta di *MediaGo*, di proprietà del colosso cinese Baidu, il secondo motore di ricerca dopo Google. In automatico *MediaGo* distribuisce su molti grandi siti italiani con cui ha accordi commerciali, inclusa *Repubblica*, attraverso aste in tempo reale (programmatic advertising) che «atterrano» sulla base del cliente meglio profilato. È il meccanismo con cui lavorano tutti i top player del settore. *Repubblica* non sceglie quella pubblicità: la riceve automaticamente. La redazione di *Repubblica* non sa nemmeno che qualcuno ha creato un articolo «come se fosse di *Repubblica*»: lo sa a segnalazione avvenuta. Però *Repubblica* incassa perché la raccolta pubblicitaria si contrae e la prende come tutti dai «predatori», i cosiddetti *Ott*, gli *Over the Top* (Amazon, Meta, Google...) che raccolgono tutto e smistano alle condizioni di mercato che vogliono. Nel calderone pubblicitario c'è tutto, anche le truffe che quand'anche non fossero create da loro, nei loro vettori viaggiano che è una bellezza, quindi indirettamente ci guadagnano. Perché questo è il far west del Capitalismo della sorveglianza, generato secondo la legge del più forte.

Lo stesso meccanismo distorto è la linfa dell'Intelligenza artificiale, la quale si sta imponendo esattamente re-

plicando la pirateria delle Big Tech quando cominciarono a lavorare sui nostri dati senza avere il permesso di farlo.

Si può fare qualcosa? Si deve, ma la classe dirigente è troppo impegnata a difendere se stessa. Alcuni mesi fa, **Marina Berlusconi**, nel ruolo di presidente di Mondadori, aveva lanciato un monito scrivendo una lettera al *Corriere* e pubblicando contemporaneamente tre titoli per i tipi della Silvio Berlusconi Editore, tre «pezzi» per capire le potenzialità e le minacce della nuova frontiera digitale: *Careless People, Gente che se ne frega* (libro boicottato da **Zuckerberg**) di **Sarah Wynn-Williams**; *La Repubblica tecnologica*, di **Alex Karp**, ceo di Palantir, socio di **Peter Thiel** (quello delle lezioni sull'anticristo), e *La Società Tecnologica*, un libro del filosofo e teologo **Jacques Ellul**.

Vi riporto alcune riflessioni di **Marina Berlusconi** in quella lettera di presentazione. «Oggi le prime cinque Big Tech assieme - Nvidia, Microsoft, Apple, Alphabet, Amazon - sono arrivate a superare il Pil dell'area euro. Ma attenzione: ridurre tutto ai valori economici non basta, il potere dei giganti della tecnologia va



ben oltre. È un potere che rifiuta le regole, cioè la base di qualsiasi società davvero funzionante. Noi editori tradizionali paghiamo le tasse, rispettiamo le leggi, tuteliamo il diritto d'autore e i posti di lavoro - basti pensare che in Italia le piattaforme occupano appena un trentesimo dei lavoratori del settore. Eppure, quasi due terzi del mercato pubblicitario globale vengono inghiottiti dai colossi della Silicon Valley, che fanno esattamente il contrario: per dirla con il titolo del saggio firmato dalla ex-Meta **Sarah Wynn-Williams**, sono *Careless People*, "gente che se ne frega". È concorrenza sleale bella e buona».

E ancora: «I giganti del Tech mettono sul piatto generosi finanziamenti e i dati di miliardi di persone [...] Questi colossi non sono più solo aziende private, sono attori politici». Ha ragione!

Si può fare qualcosa, per contrastare questo mondo messo in piedi da predoni e pirati, di cui noi siamo vittime più o meno consapevoli? Sì. E lo dico al governo di centrodestra, al governo «sovranista»: mettete un tetto alla raccolta pubblicitaria di questi Ott, oppure obbligate a destinare delle quote all'editoria che stanno uccidendo. Lo dice **Marina Berlusconi**, lo dice la Confindustria del settore col presidente **Antonio Marano**, lo dicono i grandi, i medi e i piccoli editori. Proprio discutendo di *Careless People*, *Gente che se ne frega* con il deputato di Forza Italia, **Francesco Battistoni**, riflettevamo che tutti siamo coinvolti, dalla politica alle università, dal giornalismo ai centri studi e persino alla Chiesa: è un tema di libertà, di sicurezza, di resistenza rispetto a questi nuovi Padroni. Che si credono dio.