

Richard Gingras a Glocal19: “Pagare per i contenuti che mostriamo viola l’open web”

Pubblicato: Sabato 9 Novembre 2019



«I nostri utenti si fidano di noi, e ripongono in noi una fiducia molto più alta di quella riposta in altre fonti di informazioni, perché percepiscono che le persone non hanno pagato per comparire nelle nostre ricerche. Certo, abbiamo le ads, ma non accettiamo pagamenti per modificare i risultati restituiti dal nostro motore. Se lo facessimo, verrebbero meno i principi della stessa internet». **Richard Gingras**, vice president news di **Google**, ha difeso così la posizione assunta da **Big G** dopo il recepimento da parte della **Francia** della direttiva europea sul copyright.

Intervistato dall’ex direttore di *Repubblica* **Mario Calabresi** sul palco di **Glocal**, ha riposto così a quegli editori e giornalisti francesi «che hanno affermato che, se non ci avessero concesso il permesso di mostrare l’anteprima dei loro articoli [circostanza prevista dall’applicazione francese della normativa europea sul copyright, ndr] li avremmo esclusi dai risultati delle ricerche. Questo è un errore oggettivo: non cambieremo il modo in cui mostriamo i risultati di ricerca».

Anzi, dopo l’entrata in vigore della norma, «abbiamo proposto loro nuovi protocolli che permettessero direttamente ai giornalisti, attraverso i loro sistemi editoriali, di decidere se possiamo utilizzare un’anteprima degli articoli o dei video. Ma siamo stati chiari: non pagheremo per mostrare questi contenuti. Farlo violerebbe i nostri principi, la legge non lo prevede e sarebbe inappropriato per la natura dell’**open web**».

La partecipazione al festival del giornalismo digitale di **Varese** è stata anche l’occasione per parlare della sua visione rispetto al futuro del giornalismo. «Nel **1977** mi hanno detto: se sei interessato al futuro dei media, stai vicino alla tecnologia. All’epoca, non era così ovvio». Una posizione che non implica un’adesione acritica alle novità: «la tecnologia», ha sottolineato, «ha valore, ma non ha valori».

L’ultima frontiera è rappresentata dall’intelligenza artificiale. «Dedichiamo molto del nostro tempo a capire come sviluppare il **computer assisted reporting**. Oggi gran parte del mio ruolo consiste nel lavorare con l’ecosistema da un lato per ridurre i costi dell’attività giornalistica e dall’altra per offrire ai reporter nuovi strumenti».

Ma i nuovi strumenti digitali, lo ha incalzato Calabresi, rendono tutti giornalisti? «No, ma offre a tutti l’opportunità di diventarlo. Io credo che una delle cose belle della libertà di espressione è che non serva una licenza per fare il giornalista. E non dovrebbe servire». Più in generale, «il ruolo dei giornalisti è quello di offrire alle persone tutte le informazioni che servono per diventare cittadini attivi. Non devi dire alle persone cosa pensare, ma come pensare».

Vero è, però, che l’avvento di quella particolare tecnologia chiamata **Internet** ha sconvolto i modelli di business degli editori. «In passato negli **Usa** il **90%** degli incassi dei giornali venivano dalla pubblicità. Oggi questo modello non esiste più». Come si sosterranno allora i giornali? “Io credo che i soldi arriveranno dalle subscription dei loro lettori. In questo senso, vediamo grandi progressi nel mondo, ma ancora non sufficienti”. Per fare questo, però, «la relazione tra i giornali e le comunità dei lettori devono cambiare, occorre che le redazioni vadano oltre le notizie, devono impegnarsi a costruire questo rapporto oltre che a riportare le news, al punto che siano disposti a dare loro dei soldi per leggerli».

Soldi che, su questo Gingras è stato chiaro, non arriveranno da Google.

Riccardo Saporiti

riccardo.saporiti@gmail.com