Sintesi

News desert… e poi?

Tipologia dei prodotti mediatici pseudo-giornalistici a livello locale (pink slime), analisi del loro potenziale di rischio per le democrazie resilienti e identificazione di ulteriori necessità di ricerca

Autorici: Prof. Dr. Ulla Autenrieth, Johanna Burger M.A. e Jennifer Halter B.Sc.

Collaborazione studentesca: Thierry Ehrsam

Sito web del progetto: https://pinkslime.fhgr.ch

Il presente studio analizza per la prima volta in modo sistematico il cosiddetto fenomeno pink slime nell'area di lingua tedesca, con particolare attenzione alla Svizzera. Il progetto mira a identificare le offerte mediatiche di stampo pseudo-giornalistico nel paesaggio informativo locale, analizzarne le strutture e modalità di funzionamento, valutarne il potenziale di rischio per le società democratiche e trarre raccomandazioni d'intervento per la politica, i media e la società. Lo studio si basa su un'approfondita analisi della letteratura, 11 interviste a esperti in Svizzera e in Germania, analisi dei contenuti di una selezione di offerte stampate, siti web e social media.

Situazione di partenza e rilevanza del progetto: un punto cieco nella ricerca sui media

Während die Fo Mentre le conseguenze dei news desert (deserti dell'informazione) e del calo di offerte giornalistiche locali sono oggetto di intense ricerche a livello internazionale, la questione relativa agli attori che occupano gli spazi informativi emergenti è stata in gran parte trascurata. È proprio qui che entra in gioco il fenomeno pink slime. Si tratta di offerte mediatiche che imitano le forme, il linguaggio e l'impaginazione giornalistici, senza essere soggette a standard di qualità giornalistica, obblighi di trasparenza o indipendenza redazionale. Si presentano come giornali locali, portali di notizie o canali di social media ma spesso perseguono interessi economici, politici o propagandistici.

Lo studio mostra che, nell'area di lingua tedesca, il fenomeno non è stato finora sufficientemente preso in considerazione né dal punto di vista scientifico né da quello sociale. Il termine pink slime è in gran parte sconosciuto persino agli esperti dei media. I fenomeni alla base – la comunicazione pseudo-giornalistica, media locali guidati da interessi particolari, offerte informative poco trasparenti e forme ibride tra giornalismo, pubbliche relazioni e comunicazione politica – sono invece già visibili e guadagnano terreno.

Nell'ambito di questo rapporto, tale fenomeno viene analizzato in modo differenziato e reso comprensibile per la prima volta nell'area di lingua tedesca, con particolare attenzione alla Svizzera. Innanzitutto viene elaborata una tipologia dei tratti pink slime relativi alla Svizzera e alla Germania. Da questa classificazione si deducono i rischi per la società e la politica, per poi considerarli in misure preventive e raccomandazioni d'intervento.

Conclusione principale: il fenomeno pink slime va ben oltre al problema dei news desert

Uno dei risultati principali della ricerca è che il fenomeno pink slime non appare esclusivamente laddove il giornalismo locale professionale è scomparso. È vero che i news desert favoriscono la diffusione di contenuti pseudo-giornalistici. Tuttavia l'analisi mostra che il fenomeno pink slime è presente anche nelle regioni urbane, economicamente interessanti e relativamente ben servite dai media.

In questo senso, la situazione in Europa si discosta in parte dai risultati delle ricerche condotte finora negli Stati Uniti. I prodotti pink slime non sostituiscono solo il giornalismo che manca, ma diventano sempre più spesso un modello commerciale a sé stante, uno strumento politico o un veicolo di comunicazione strategico. La diffusione avviene sia tramite prodotti stampati che tramite siti web, social media e, sempre più spesso, contenuti generati dall'intelligenza artificiale.

Pink slime come forma di comunicazione ibrida

Sulla base della ricerca bibliografica e delle analisi empiriche, lo studio elabora una definizione completa del fenomeno pink slime. In conclusione, si tratta di prodotti mediatici di natura pseudo-giornalistica che:

- imitano le caratteristiche formali e i codici estetici dei media d'informazione locali per suggerire credibilità, senza rispettare standard giornalistici né obblighi di trasparenza;
- operano per lo più con titoli dal suono locale o regionale, il cui nome crea volutamente associazioni con media di qualità affermati attuali o del passato;
- i contenuti presentano in genere un riferimento locale minimo o semplicemente simulato, vengono spesso prodotti a livello centrale con un onere minimo, generati in modo automatizzato dall'intelligenza artificiale e/o riutilizzati tra diverse edizioni regionali. Anche la redazione o il gruppo degli autori (per quanto si possa dedurre) non hanno, nella maggior parte dei casi, alcun legame con la regione;
- l'origine, il finanziamento e il gruppo editoriale sono poco trasparenti o nascosti;
- i criteri fondamentali di qualità giornalistica, come la verifica delle fonti, l'indipendenza, la trasparenza e la separazione tra contenuto giornalistico e pubblicità, vengono rispettati solo in modo insufficiente o non lo sono affatto;
- i media pink slime perseguono invece obiettivi economici, politici o propagandistici, che si presentano nel segno dell'indipendenza editoriale e dell'obiettività;
- i media pink slime operano in un contesto caratterizzato da tensioni tra giornalismo apparentemente professionale, pubbliche relazioni/comunicazione imprenditoriale, content marketing ottimizzato tramite algoritmi e disinformazione strategica/politica. In questo modo creano una forma di comunicazione ibrida in un ecosistema mediatico altamente competitivo;
- la loro influenza deriva in particolare dalla simulazione sistematica della credibilità giornalistica, accompagnata da un'erosione delle norme giornalistiche e democratiche.

Lo studio mostra inoltre che i prodotti pink slime non dovrebbero essere intesi come un fenomeno binario, bensì come un continuum di diverse caratteristiche. Certe offerte presentano alcuni dei suoi tratti, altre soddisfano quasi tutti i criteri. È proprio questa natura ibrida a rendere difficile l'individuazione e la regolamentazione di tali offerte. Pertanto, anche nella seguente analisi si fa riferimento a singoli aspetti della definizione. L'aspetto locale (o almeno quello che viene insinuato come tale) è però fondamentale in tutte le varianti pink slime.

Risultati relativi alla Svizzera e alla Germania

Le analisi empiriche evidenziano che il fenomeno pink slime si manifesta in diverse forme. Sia in Svizzera che in Germania sono stati individuati e analizzati mezzi di diffusione che presentavano diverse sfaccettature definite come pink slime. Per la Svizzera sono state analizzate le pubblicazioni di *Schweizer Kombi* e del canale Instagram *Wintiblog*. Per la Germania sono stati esaminati il canale Instagram *Unser Heidelberg* e alcune edizioni di *Neues Gera*.

Per quanto riguarda le offerte stampate e in formato digitale, le edizioni svizzere analizzate mostrano chiari indizi di strutture pink slime. Tra gli aspetti che saltano all'occhio vi sono l'elevata moltiplicazione delle edizioni regionali, contenuti ricorrenti e in parte identici presenti in diverse testate, uno scarso legame locale effettivo in molti articoli, indicazioni poco trasparenti sugli autori, reti ricorrenti di persone e inserzionisti, nonché la mescolanza di contenuti dall'aspetto giornalistico e di comunicazione orientata a interessi particolari.

L'analisi degli esempi tedeschi evidenzia altre caratteristiche. In questo ambito, l'attenzione è rivolta in particolare alle offerte mediatiche locali con orientamento politico, che associano tematiche locali a chiare narrazioni politiche.

La diffusione di contenuti giornalistici pseudo-locali di scarsa qualità (poiché non giornalistici o non locali o né l'uno né l'altro) può essere sfruttata in modo mirato da gruppi di interesse ad esempio per inserire e diffondere notizie false – o per renderle, proprio a livello locale, accessibili ai modelli di intelligenza artificiale come fonte apparentemente affidabile. L'identità locale, la vicinanza alla vita quotidiana e i contenuti di intrattenimento vengono utilizzati per ampliare la portata e rafforzare la fiducia. Questa attenzione può essere successivamente mobilitata a favore di messaggi politici o economici.

Pink slime come modello commerciale

Le interviste agli esperti suggeriscono che il fenomeno pink slime debba essere sempre più considerato come un modello di comunicazione orientato al profitto. I costi di produzione sono contenuti e la portata può essere notevolmente ampliata grazie alle piattaforme, alla distribuzione gratuita e ai canali di diffusione digitali.

A differenza del giornalismo locale tradizionale, i prodotti pink slime non si basano sulla credibilità a lungo termine, sul radicamento locale o sulla responsabilità redazionale. Si fondano piuttosto su strutture di comunicazione flessibili e scalabili, che combinano interessi economici, influenza politica e comunicazione strategica.

Lo studio rileva un'elevata mancanza di trasparenza per quanto riguarda i rapporti di proprietà, le strutture di finanziamento e le effettive responsabilità. È proprio questa mancanza di trasparenza a rendere difficile sia la classificazione sociale del fenomeno sia gli interventi normativi.

Pink slime come strumento politico

Merita particolare attenzione il potenziale dei prodotti pink slime in termini di influenza politica. Lo studio evidenzia che le offerte pseudo-giornalistiche possono essere utilizzate per standardizzare narrazioni politiche, definire l'agenda pubblica, creare l'impressione di maggioranze sociali, compromettere la fiducia nei media e nelle istituzioni consolidate, nonché sostenere indirettamente campagne elettorali e di voto.

In questo contesto, l'influenza è spesso esercitata in modo subdolo. Non si tratta di singole notizie false ma di un cambiamento a lungo termine delle priorità tematiche, delle percezioni e delle strutture di fiducia.

I prodotti pink slime sfruttano la credibilità delle forme giornalistiche senza assumere le relative responsabilità. Ne risulta una forma particolarmente efficace di comunicazione strategica, che spesso sfugge alla percezione immediata.

Potenziale minaccia alla democrazia

Il pericolo maggiore rappresentato dal fenomeno pink slime non risiede in singoli contenuti problematici, bensì nelle sue ripercussioni a lungo termine sulle sfere pubbliche democratiche.

Lo studio mostra che il fenomeno pink slime confonde i confini tra giornalismo, pubblicità, pubbliche relazioni e comunicazione politica, può compromettere la fiducia nelle istituzioni giornalistiche, distorce il dibattito pubblico, favorisce la polarizzazione sociale e può indebolire la capacità di raggiungere un consenso sui fatti.

A rendere la situazione particolarmente problematica è proprio la natura subdola di questo fenomeno. Gli autori paragonano questo processo alla "boiling frog syndrome": i cambiamenti avvengono in modo graduale e pertanto sono spesso percepiti solo quando le loro conseguenze sono già profondamente radicate nell'ecologia dell'informazione.

Raccomandazioni d'intervento

I risultati dello studio evidenziano che il problema pink slime non può essere affrontato con singole misure. È invece necessario un approccio integrato che comprenda regolamentazione, trasparenza, ricerca, istruzione e sostegno ai media. Le raccomandazioni centrali sono le seguenti:

- riconoscere e rafforzare il giornalismo locale come infrastruttura democratica;
- non considerare il fenomeno pink slime solo come una conseguenza dei news desert;
- ampliare in modo coerente gli obblighi di trasparenza e comunicazione;
- regolamentare le imitazioni ingannevoli di marchi e forme giornalistici;
- rendere più visibile il giornalismo di qualità;
- orientare maggiormente l'alfabetizzazione mediatica verso gli spazi informativi locali;
- istituire sistemi di monitoraggio e di preallerta;
- promuovere a lungo termine la ricerca e la cooperazione internazionale.

Conclusioni

Il presente studio mostra che il fenomeno pink slime rappresenta una nuova sfida per gli spazi informativi democratici e non si limita né a singole offerte mediatiche problematiche né a regioni strutturalmente deboli. Si tratta piuttosto di una forma di comunicazione ibrida emergente, che coinvolge sviluppi economici, politici e tecnologici e sfrutta in modo mirato la credibilità di forme giornalistiche tradizionali.

Per la Svizzera è al momento ancora possibile reagire per tempo. Finora la consapevolezza del problema è scarsa ma la diffusione del fenomeno è visibile. Proprio per questo sembra che sia giunto il momento giusto per far avanzare insieme la ricerca, la regolamentazione, il sostegno ai media e lo sviluppo delle competenze mediatiche.

Lo studio va inteso come punto di partenza per un più ampio dibattito sociale sul futuro della sfera pubblica locale, della credibilità giornalistica e della resilienza democratica nell'era digitale. I prodotti pink slime non sono un fenomeno marginale nell'evoluzione dei media, bensì un indicatore di cambiamenti radicali nel rapporto tra informazione, opinione pubblica e democrazia.