

Primo Piano - *La tv del futuro secondo Google: un canale generato dall'intelligenza artificiale dove lo spettatore diventa protagonista*

Roma - 25 nov 2026 (Prima Notizia 24) **L'esaminatore dell'ufficio brevetti ha, per ora, respinto l'istanza, ma Big G può ripresentarla. Intanto, cresce il dibattito sull'IA slop mentre uno studio su Arxiv stima che quasi il 40% dei testi sul web sia già prodotto artificialmente.**

Dopo aver rivoluzionato i motori di ricerca con l'introduzione dei riassunti generativi, Google guarda ora al salotto di casa, immaginando una televisione interamente plasmata dall'intelligenza artificiale, in cui lo spettatore smette di essere un soggetto passivo per trasformarsi nella star principale dello schermo. L'idea è descritta nei dettagli all'interno di un brevetto scovato dal portale specializzato Patentlyze e rilanciato da diverse testate tecnologiche statunitensi, nel quale si ipotizza un palinsesto composto da programmi e spot pubblicitari cuciti addosso al singolo utente, capace di entrare letteralmente dentro le scene attraverso la clonazione digitale delle proprie sembianze e della propria voce. Stando alla documentazione tecnica, il cuore del sistema sarebbe una funzione battezzata "My Channel", collocata direttamente nella schermata iniziale del televisore e alimentata in automatico da contenuti video creati dall'IA incrociando dati personali, cronologia delle visualizzazioni e abitudini di navigazione. Spingendo il concetto di personalizzazione ai massimi livelli, il brevetto prevede che l'algoritmo attinga a foto, filmati e campioni vocali dello spettatore per generare un suo avatar realistico da inserire come attore protagonista all'interno di pellicole o trasmissioni. Una delle illustrazioni allegate al documento mostra a titolo esemplificativo un menu denominato "Canale di John", dove l'utente può selezionare una commedia romantica, un crime o un thriller chiedendo al sistema di realizzare un episodio in cui "l'utente interpreta il protagonista"; in un altro scenario, un appassionato di cricket che abbia guardato filmati di un determinato campione potrebbe vedersi proiettato accanto al proprio idolo o ripreso mentre "fa il tifo dagli spalti". La produzione di questi contenuti su misura avverrebbe sia su richiesta immediata sia seguendo una cadenza programmata, ad esempio con appuntamenti settimanali o mensili, senza tuttavia rinunciare alla sostenibilità commerciale: anche un palinsesto calibrato per un pubblico composto da una sola persona integra infatti un meccanismo per inserire annunci pubblicitari altrettanto personalizzati all'interno del flusso video. Al momento, l'iniziativa resta puramente teorica: dai registri emerge che il colosso di Mountain View ha depositato la domanda il 13 maggio 2025 senza annunciare finora alcun prodotto commerciale, e secondo Patentlyze un esaminatore dell'ufficio brevetti avrebbe inizialmente respinto l'istanza, lasciando comunque a Google la facoltà di ripresentare il fascicolo con eventuali modifiche. L'indiscrezione riaccende, intanto, i riflettori sul fenomeno dell'IA slop — la proliferazione incontrollata di

contenuti sintetici di bassa qualità generati in pochi secondi dai nuovi modelli video — in un ecosistema digitale già profondamente trasformato dall'automazione: secondo una ricerca diffusa sulla piattaforma scientifica Arxiv, infatti, almeno il 30% dei testi attualmente presenti sulle pagine web attive è stato prodotto dall'intelligenza artificiale, una quota che secondo le stime dei ricercatori potrebbe in realtà sfiorare il 40%.

(Prima Notizia 24) Mercoledì 25 Novembre 2026