

aban news

Anti-Hype

Come i liberi professionisti usano l'IA senza bullshit

Edizione ampliata · 2026
Aban (Allen Chour) · abannews.com

Indice

- 01** Perché esiste questo eBook
- 02** Il filtro anti-bullshit in 3 domande
- 03** Cosa sa fare l'IA — e dove fallisce in modo affidabile
- 04** Il tuo stack IA minimo
- 05** Come parlare all'IA perché ne esca qualcosa di utile
- 06** Cinque routine che fanno davvero risparmiare tempo
- 07** Sette trappole dell'hype
- 08** La protezione dei dati in cinque minuti
- 09** Come si prosegue
- 10** Modelli da copiare
- 11** Una giornata, svolta
- 12** Lo strumento per ogni compito
- 13** Glossario in chiaro: dieci termini senza nebbia
- 14** Fonti & per approfondire

Non leggerlo dall'inizio alla fine come un compito. Salta al capitolo che risolve il problema di oggi. Gli ultimi capitoli sono il laboratorio: modelli da copiare, una giornata svolta per intero e una panoramica strumento per compito.

Perché esiste questo eBook

La maggior parte delle guide sull'IA ti vende una sensazione. Questa no.

Dal 2024 scrivo ogni giorno ferialmente una newsletter sull'IA per chi ci guadagna — non per chi ne parla. Nel frattempo ho provato centinaia di strumenti, ne ho cancellati dozzine e ho notato: gran parte di ciò che viene venduto come “imprescindibile 2026” risolve un problema che non hai.

Questo eBook è la versione concentrata per una persona: chi lavora in proprio, ha una giornata di 24 ore e non ne sprecherà nessuna in demo di strumenti.

Un esempio che vedo spesso: qualcuno paga un abbonamento da 200 € per un “sistema di contenuti IA” perché un video ha promesso 30 post a settimana. Tre settimane dopo, zero post — perché il problema non è mai stato scrivere, ma la decisione mancante su cosa scrivere. Nessuno strumento al mondo prende quella decisione al posto tuo.

Cosa NON troverai qui

- Prompt che “automatizzano la tua attività” ma in realtà producono solo un bel paragrafo.
- Liste di 50 strumenti, di cui 47 non aprirai mai.
- La promessa che l'IA ti rende ricco mentre dormi.

Come usare questo eBook

Capitoli brevi e autonomi, ognuno letto in meno di dieci minuti. Leggi quello che tocca il problema di oggi, prova una sola cosa e torna quando spunta la domanda successiva. La conoscenza che non applichi è solo consumo diventato più caro.

Cosa troverai: un modo di pensare che separa la sostanza dalla scena — e qualche routine concreta che fa risparmiare ore.

Il filtro anti-bullshit in 3 domande

Prima di prendere sul serio uno strumento, un corso o un trend di IA, passalo per tre domande. Se sopravvive a tutte e tre, merita un secondo sguardo.

Il filtro anti-bullshit in 3 domande

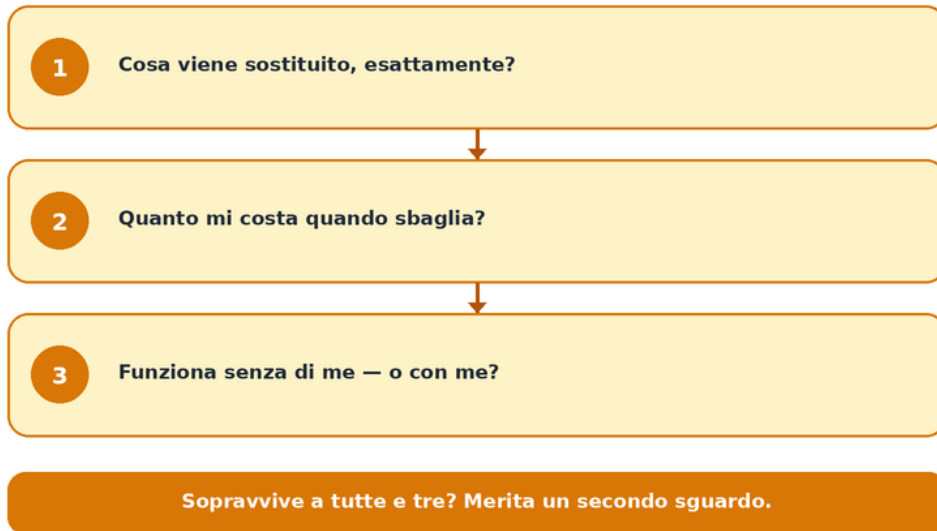


Fig. 1 — Il filtro in 3 domande a colpo d'occhio.

1. Cosa viene sostituito, esattamente?

Non “cosa sa fare”, ma: quale compito concreto che oggi fai a mano sparisce? Se la risposta resta vaga, è scena. Se è concreta, è sostanza.

Prova: descrivi il compito in una frase che inizia con “Invece di X, ora faccio Y”. “Invece di ribattere ogni ricevuta a mano, la fotografo e faccio estrarre i dati” è concreto. “Rende la mia contabilità più intelligente” è marketing.

2. Quanto mi costa quando sbaglia?

L'IA allucina. Sempre. L'unica domanda è quanto costa un errore. Rileggere una bozza di post costa 30 secondi — delega. Copiare un dato fiscale senza controllo costa soldi veri — verifica ogni riga.

Dividi i compiti grossolanamente in due cesti: reversibile e costoso-irreversibile. Un titolo che non funziona lo correggi in pochi minuti — fatti dare dall'IA dieci varianti. Una newsletter inviata a 4.000 persone con un numero sbagliato non si recupera più. Più l'errore è costoso, più conta il tuo controllo.

3. Funziona senza di me — o con me?

“Completamente automatico” è quasi sempre una bugia. Gli strumenti che reggono davvero sono acceleratori: tu resti la testa, l'IA fa il lavoro noioso nel mezzo.

L'errore di ragionamento più comune

La maggior parte chiede “cosa sa fare questo strumento?” e resta colpita dalla risposta lunga. La domanda migliore è “quale singolo compito della mia settimana mi toglie in modo affidabile?”. Uno strumento che fa davvero una cosa batte dieci che fanno tutto un po'.

L'IA è uno stagista con memoria perfetta e giudizio zero. Trattala così — e raramente resterai deluso.

Cosa sa fare l'IA — e dove fallisce in modo affidabile

Prima di mettere l'IA al lavoro, dovresti sapere per cosa è fatta — e per cosa no. Ti risparmia gran parte delle delusioni.

Un modello linguistico è in fondo una macchina che predice la parola successiva. Sembra poco, ma spiega quasi tutto: perché formula in modo brillante e inventa fatti nello stesso respiro, perché non si accorge mai di sbagliare e perché lo stesso compito dà due volte risposte leggermente diverse. Non calcola la verità, ma la probabilità.

Dove l'IA è forte oggi

- **Riformulare:** da lungo a breve, da punti a testo continuo, da formale a informale. La sua disciplina principe.
- **Prime bozze:** riempire la pagina bianca così hai qualcosa da editare invece che da inventare.
- **Ordinare e riassumere:** ridurre grandi quantità di testo all'essenziale.
- **Spiegare la lingua:** un termine tecnico, un messaggio d'errore, una clausola di contratto — in parole chiare.
- **Fornire varianti:** dieci titoli, cinque oggetti per email, tre toni, e scegli tu.

Dove fallisce in modo affidabile

- **Fatti e numeri:** cita fonti, date e statistiche con piena sicurezza, anche quando le ha appena inventate.
- **L'attualità:** il modello conosce il mondo solo fino a una data di taglio; cosa è successo la settimana scorsa non lo sa da sé.
- **Calcolare e contare:** con la matematica a più passaggi o nel contare sbaglia più spesso di quanto pensi.
- **Giudicare:** cosa è giusto, equo o strategicamente intelligente non lo decide — imita solo come ne scrivono le persone.

Il confine quindi non passa tra facile e difficile, ma tra lingua e verità. Finché si tratta di forma, l'IA è un partner forte. Appena si tratta di fatti, è una macchina di affermazioni che devi verificare.

Usa l'IA per tutto ciò che puoi rileggere e correggere da te. Non usarla mai come ultima istanza per qualcosa che deve essere giusto.

Il tuo stack IA minimo

Non ti servono 20 abbonamenti. Ti servono quattro mattoni.

Il tuo stack IA minimo



Fig. 2 — Quattro mattoni, non di più.

1. Un buon modello linguistico (obbligatorio)

Claude o ChatGPT, versione a pagamento. Il tuo cavallo da lavoro per scrivere, ordinare, riassumere. Uno basta — imparalo bene invece di cambiare in continuazione.

I 20-25 € al mese della versione a pagamento sono raramente il punto: se ti fanno risparmiare un'ora a settimana, si ripagano già il primo giorno a qualsiasi tariffa oraria realistica. Ciò che scarseggia davvero è il tuo tempo per imparare a usarlo bene — non il budget.

2. Un hub di automazione (opzionale)

Make.com o n8n. Qui colleghi i servizi tra loro. Da aggiungere solo quando un compito lo fai davvero a mano tre volte a settimana.

3. Un posto per la tua conoscenza

Notion, Obsidian, non importa — basta che sia ricercabile. L'IA vale solo quanto il contesto che le dai.

In concreto: tieni un semplice file di testo con il tuo pubblico, il tuo tono, i tuoi tre compiti più frequenti e qualche formulazione che suona come te. Incolli quel blocco in testa a ogni lavoro un po' lungo. La differenza tra una risposta generica e una che suona come te è quasi sempre solo questo contesto — non il modello.

4. Chiarezza GDPR (non negoziabile)

Prima di riversare dati dei clienti in uno strumento: dove sono i server? C'è un contratto di trattamento dati? Una violazione GDPR costa più di qualsiasi guadagno di produttività.

Fai: anonimizza ciò che non ti serve — “cliente A nel settore B” basta e avanza per una bozza di offerta. Non fare: riversare interi scambi di mail con nomi reali, indirizzi e dettagli di contratto in un qualsiasi strumento gratuito, solo perché al momento è comodo.

Regola: prima il processo, poi lo strumento. Chi parte dallo strumento poi cerca un problema da incastrarci.

Come parlare all'IA perché ne esca qualcosa di utile

La maggior parte delle risposte scadenti dell'IA non dipende dal modello, ma dalla richiesta. Quattro mosse cambiano quasi tutto.

Un buon modello linguistico è come uno stagista capace: più la richiesta è chiara, meno correggi dopo. Una richiesta vaga dà la media di mezzo internet — corretta, ma intercambiabile. Queste quattro mosse alzano la qualità più di qualsiasi cambio di strumento.

1. Di' chi sei e a chi è rivolto il testo

« Scrivi un testo sulle tasse » è un tiro di dadi. « Sono una commercialista e scrivo per artigiani autonomi che hanno poco tempo — spiega il regime forfettario in parole semplici » dà qualcosa di utilizzabile. Il contesto non è un accessorio, è metà della richiesta.

2. Imposta il formato

Di' cosa deve uscire: cinque punti, una tabella, un paragrafo sotto le cento parole, un'email con oggetto. Senza un formato ottieni testo continuo che poi devi di nuovo smontare.

3. Mostra un esempio

Un solo esempio del tuo stile vale più di tre paragrafi di spiegazione. Allega un vecchio post, un'email precedente o una formulazione che suona come te, e di': « in questo tono ». Il modello imita — quindi dagli qualcosa di buono da imitare.

4. Itera invece di ritirare i dadi

La prima risposta è una bozza, non un prodotto finito. Di' concretamente cosa non va: « troppo commerciale », « più corto », « il secondo punto è sbagliato, togliilo ». Due o tre correzioni mirate ti portano più avanti di dieci « rifallo ».

La differenza in un esempio

Debole: « Scrivimi una newsletter sull'IA. » Forte: « Scrivi l'introduzione della mia newsletter per liberi professionisti italiani. Tono sobrio, informale, niente hype, al massimo ottanta parole, la prima frase deve incuriosire senza esagerare. Tema: perché la maggior parte degli strumenti IA risolve un problema che non hai. » Lo stesso sforzo nel digitare — una differenza dal giorno alla notte nel risultato.

Contesto, formato, esempio, correzione. Chi fornisce queste quattro cose non ha bisogno di un pacchetto di prompt da 47 €.

Cinque routine che fanno davvero risparmiare tempo

Niente magia — solo lavoro di routine che deleghi.

- **Pre-ordina la posta:** l'IA mette le mail in tre cestini — ora, dopo, ignora. Decidi sempre tu.
- **Da un contenuto lungo tre formati:** un input, più output. Tu editi invece di partire da zero.
- **Scrivere offerte più in fretta:** un modello più i dati chiave, l'IA fa la bozza. 45 minuti diventano 10.
- **Raggruppare la ricerca:** un brief chiaro con obbligo di fonti — poi controlla le fonti tu stesso.
- **Specchiare la tua settimana:** l'IA come specchio lucido, non come coach con i coriandoli.

Una routine svolta nel concreto

Prendi l'offerta. Invece di partire da un documento vuoto, tieni un modello fisso: saluto, prestazione, ambito, prezzo, tempi, prossimo passo. Dai all'IA solo i cinque dati chiave del caso e il modello, e la lasci riempire la bozza. Poi rileggi una volta, correggi prezzo e tono — fatto. Il ragionamento (quanto costa, cosa prometto) resta a te; spariscono solo la digitazione e la formattazione.

Nei fatti è più un risparmio di circa metà del tempo che il “10x” delle pubblicità — e solo dopo aver costruito il modello bene una volta. Sembra poco appariscente, ma nell'arco di un anno si somma a intere settimane di lavoro.

Ogni routine ti tiene come ultima istanza. L'IA fornisce la materia prima; il tuo giudizio fa il prodotto.

Sette trappole dell'hype

- **La collezione compulsiva di strumenti.** Dieci strumenti imparati a metà sono più lenti di uno padroneggiato.
- **Il mito del pilota automatico.** “Va da solo” di solito significa “si rompe da solo quando non guardi”.
- **I pacchetti di prompt a 47 €.** Un buon prompt è un compito chiaro — puoi scriverlo da te, gratis.
- **L'output di vanità.** Portata senza sostanza resta vuoto.
- **L'IA come sostituto della strategia.** Un modello non deciderà per te chi vuoi essere.
- **La fiducia cieca nei numeri.** L'IA enuncia con sicurezza statistiche che inventa.
- **La FOMO come modello di business.** Chi ti spaventa di perderti qualcosa ti vende anche la cura.

Come riconoscere una trappola dell'hype

Tre segnali d'allarme compaiono quasi sempre insieme: una scadenza (“solo oggi”), un numero tondo senza fonte (“ti fa risparmiare 20 ore a settimana”) e una promessa che ti toglie del tutto il lavoro invece di accelerarlo. Quando tutti e tre stanno in una stessa pubblicità, puoi chiuderla senza troppi rischi.

Non significa ignorare tutto. Significa: aspetta la seconda ondata. Ciò che dopo quattro settimane viene ancora condiviso perché aiuta davvero le persone — e non solo perché era nuovo — si è guadagnato la tua attenzione. Il resto te lo perdi senza danni.

La verità scomoda: molti di quelli che parlano forte di IA guadagnano parlando — non con l'IA.

La protezione dei dati in cinque minuti

Il GDPR non è un motivo per evitare l'IA — ma un motivo per riflettere un attimo prima del primo clic. Ecco il controllo che richiede cinque minuti ed evita errori costosi.

L'errore più comune non è la malafede, ma la comodità: infilare in fretta una chiamata con un cliente in uno strumento di trascrizione gratuito, incollare un intero scambio di mail con nomi reali perché al momento è comodo. È esattamente qui che nascono i problemi che poi costano cari. Passa queste cinque domande una volta per strumento — poi sai a che punto sei.

1. Dove sono i server?

Il trattamento dei dati nell'UE è la via semplice. Con i fornitori statunitensi serve una base giuridica solida; molti grandi strumenti offrono ormai residenza dei dati nell'UE o piani business con garanzie migliori. Se la pagina non dice nulla in proposito, anche questa è una risposta.

2. C'è un contratto di trattamento dei dati?

Appena tratti dati personali, ti serve con il fornitore un contratto di trattamento (responsabile esterno). I fornitori seri lo offrono come documento standard. Se non ne trovi uno, lì non vanno dati dei clienti.

3. I miei input vengono usati per l'addestramento?

Su molti livelli gratuiti sì, sui piani business spesso no — ma solo se lo imposti attivamente o scegli il piano giusto. Controlla quell'impostazione una volta, di proposito, invece di sperarci.

4. Cosa deve davvero entrare?

La migliore misura di protezione è lasciare fuori. « Cliente A, settore edilizia, lavoro X » basta e avanza per una bozza di offerta. Nomi, indirizzi e numeri di contratto non ti servono per questo — quindi lasciali fuori.

5. Lo spiegherei così al mio cliente?

Un test semplice: se potessi dire apertamente al tuo cliente come tratti la sua pratica con l'IA, di solito va bene. Se dovessi nascondere, qualcosa non torna.

Anonimizza ciò che puoi. Un contratto di trattamento dove serve. E nel dubbio, fai da te ciò che deve essere davvero giusto. Qui la protezione dei dati non è un freno, ma la protezione della tua attività.

Come si prosegue

Se sei arrivato fin qui, hai già la competenza più importante: la pazienza per la sostanza invece del riflesso per l'hype.

Questo eBook è un'istantanea. L'IA cambia ogni settimana. Ciò che resta è la mentalità: chiedere concreto, pesare il rischio, giudicare da sé.

Il tuo primo passo questa settimana

Non scegliere cinque cose, ma una sola. Prendi il compito che questa settimana ti è sembrato più ripetizione stupida e provaci esattamente una routine del capitolo 4. Misura grossolanamente quanto ci voleva prima e quanto ci vuole ora. Quell'unico confronto onesto ti porta più avanti di dieci liste di strumenti lette.

È esattamente ciò che faccio ogni giorno feriale nella newsletter — i tre sviluppi IA che toccano la tua attività oggi, in cinque minuti, senza bullshit. Nessuna scadenza, nessuna pressione, disiscrizione in qualsiasi momento.

Iscriviti gratis: abannews.com — grazie per aver letto. — Aban

Modelli da copiare

Sette mattoni che incolli direttamente nel tuo modello linguistico. Sostituisci i segnaposto tra parentesi quadre e funziona.

Una regola prima di tutto: più contesto metti in cima alla richiesta, meno correggi dopo. Di' sempre chi sei, a chi è rivolto il testo e in che tono — altrimenti ottieni la media di tutto internet.

1. Riassumere un documento lungo

- **Riassumi il testo seguente in al massimo cinque punti.** Aggiungi una frase su cosa devo concretamente fare o decidere. Elenca le domande aperte a parte. Non inventare nulla che non sia nel testo. Ecco il testo: [INCOLLA IL TESTO]

2. Trasformare appunti in un post

- **Trasforma questi appunti grezzi in un post LinkedIn per [PUBBLICO].** Tono: sobrio, niente hype, niente catene di punti esclamativi. La prima riga deve incuriosire senza esagerare. Max 1.200 caratteri. Appunti: [APPUNTI]

3. Abbozzare un'offerta

- **Scrivi la bozza di un'offerta.** Struttura: saluto, il compito in una frase, prestazione, ambito, prezzo, tempi, prossimo passo. Concreto, niente linguaggio da vendita. Dati chiave: cliente [SETTORE], compito [COMPITO], prezzo [IMPORTO], consegna entro [DATA].

4. Un'email a freddo che non sa di spam

- **Scrivi una breve email a freddo a un/una [RUOLO] in un'azienda del settore [SETTORE].** Max 90 parole, un riferimento concreto alla loro attività, una sola call to action (una chiamata di 15 minuti). Niente adulazione, niente buzzword. La mia offerta: [UNA FRASE].

5. Accorciare un testo senza perderne il senso

- **Dimezza il testo seguente.** Mantieni il messaggio centrale e i numeri, toglie parole di riempimento e ripetizioni. Stesso tono dell'originale. Testo: [TESTO]

6. Trovare le obiezioni prima degli altri

- **Sostengo: [LA TUA TESI].** Dammi le tre obiezioni più forti e una breve risposta a ciascuna. Sii duro, non gentile — voglio vedere le falle prima che le trovi un cliente.

7. Preparare una risposta a un'email

- **Scrivi una risposta cortese e chiara all'email seguente.** Il mio obiettivo: [COSA VUOI OTTENERE]. Breve, gentile, senza servilismo, stesso livello di formalità dell'originale. Email: [EMAIL RICEVUTA]

Salva come blocchi di testo i due o tre modelli che ti servono ogni settimana. Un modello che non ritrovi è un modello che non usi.

Una giornata, svolta

Un martedì realistico di una copywriter freelance — una volta senza, una volta con l'IA. Nessun numero miracoloso inventato, solo un conto onesto.

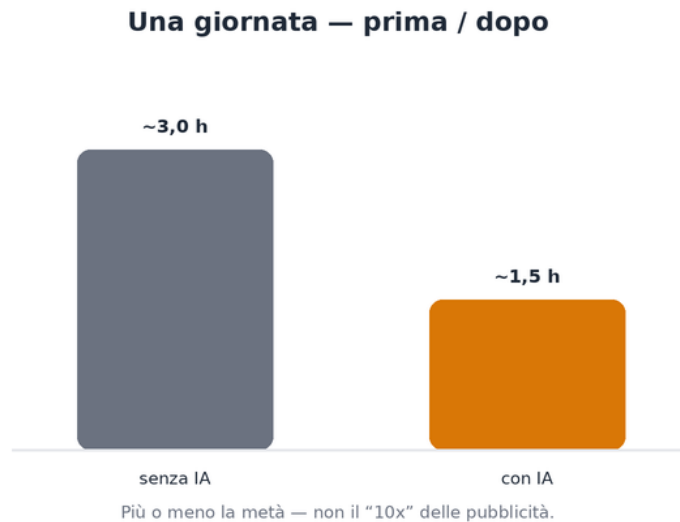


Fig. 3 — Un dimezzamento onesto, non il “10x”.

Maria è una copywriter freelance con cinque clienti. Il suo martedì ha tre blocchi ricorrenti: la posta, un'offerta per un cliente, un articolo di blog a partire da appunti. Ecco com'era prima e com'è adesso.

Prima: il martedì a mano

- **Posta (40 min):** leggere 30 mail una per una, ordinare, risponderne a tre.
- **Offerta (50 min):** documento vuoto, ripensare la struttura, cercare formulazioni, impaginare.
- **Articolo (90 min):** trasformare dodici punti in 800 parole, riordinare due volte.
- **Totale: circa tre ore,** gran parte fatta di impostazione e formattazione noiose.

Dopo: lo stesso martedì con l'IA

- **Posta (20 min):** l'IA ordina in « ora / dopo / ignora » e propone tre bozze di risposta. Maria legge, corregge, invia.
- **Offerta (20 min):** il suo modello fisso più cinque dati chiave, l'IA riempie la bozza. Maria controlla prezzo e tono.
- **Articolo (55 min):** l'IA crea una bozza grezza dai punti, Maria scrive da sé apertura e chiusura e affina le affermazioni.
- **Totale: circa un'ora e mezza** — il ragionamento resta a lei, l'impostazione sparisce.

Cosa rende onesto il conto

È più o meno la metà del tempo — non il « 10x » delle pubblicità. E il salto non è arrivato il primo giorno: a Maria è servita prima una settimana per costruire bene il modello e il blocco di contesto. Il tempo risparmiato non lo mette in più produzione, ma in due cose che l'IA non sa fare: contattare nuovi clienti e rivedere i testi con più precisione.

Altrettanto importante: dove un errore costerebbe caro — il prezzo nell'offerta, i fatti nell'articolo — continua a controllare ogni riga da sé. Il risparmio di tempo viene dall'impostazione, non dal togliere il controllo.

Il guadagno non è « di più nello stesso tempo », ma « la stessa qualità in meno tempo — e il resto per ciò che solo tu sai fare ».

Lo strumento per ogni compito

Non « quale strumento è il migliore », ma « cosa uso per quale compito ». Con note oneste su costi e GDPR.

I nomi qui sotto sono esempi, non raccomandazioni a pagamento. I prezzi sono ordini di grandezza approssimativi di inizio 2026 e cambiano; verifica lo stato attuale prima di abbonarti. Qui non ci sono link di affiliazione.

Scrivere e rivedere

- **Per:** testi, riassunti, riformulazione, ordinamento.
- **Esempi:** Claude, ChatGPT (entrambi intorno ai 20-25 euro al mese nella versione a pagamento).
- **GDPR:** verifica residenza dei dati in UE e contratto di trattamento; non inserire nomi reali dei clienti senza necessità.

Ricerca con fonti

- **Per:** una panoramica su un tema, con link verificabili.
- **Esempi:** Perplexity (livello gratuito disponibile, Pro intorno ai 20 euro al mese).
- **Onesto:** apri sempre tu stesso le fonti citate — « con fonti » non significa « corretto ».

Automazione

- **Per:** collegare servizi, routine ricorrenti senza lavoro di clic.
- **Esempi:** Make.com (quota gratuita, poi da pochi euro), n8n (open source, gratuito se auto-ospitato).
- **Onesto:** conviene solo da tre ripetizioni manuali a settimana; prima è bricolage.

Immagini

- **Per:** illustrazioni, grafiche semplici, immagini per i social.
- **Esempi:** Canva (livello gratuito, funzioni IA nel piano a pagamento da circa 12 euro al mese).
- **Onesto:** verifica diritti e marchi; non usare immagini generate alla cieca come marchio tuo.

Trascrizione e appunti

- **Per:** trasformare in testo conversazioni, note vocali, chiamate.
- **Esempi:** Whisper (open source, gratuito in locale), vari servizi web (spesso da circa 10 euro al mese).
- **GDPR:** chiedi il consenso per le chiamate con i clienti; l'elaborazione locale rispetta di più la protezione dei dati.

La regola sopra a tutte: parti con un buon modello linguistico. Solo quando lì lo stesso compito richiede regolarmente troppo tempo vale la pena di un secondo strumento specializzato.

Uno strumento che padroneggi batte cinque che hai solo installato. Allarga lo stack solo quando un compito concreto te lo impone.

Glossario in chiaro: dieci termini senza nebbia

Così nessun venditore ti intimidisce con il gergo. Dieci termini che spuntano in una discussione di IA su due — spiegati in una frase.

- **Modello linguistico (LLM):** il programma dietro ChatGPT o Claude, che dal testo costruisce la parola successiva più probabile.
- **Prompt:** la tua richiesta al modello. Più è chiara, migliore è la risposta.
- **Token:** i pezzetti in cui il modello divide il testo — grossomodo un pezzo di parola. Fatturazione e limiti di lunghezza passano di qui.
- **Finestra di contesto:** quanto testo il modello tiene davanti contemporaneamente. Quando è piena, l'inizio cade dal fondo.
- **Allucinazione:** una risposta inventata ma esposta con sicurezza. Non un difetto, ma il rovescio del suo funzionamento.
- **Fine-tuning:** riaddestrare un modello con i tuoi dati. Inutile per la maggior parte di chi lavora in proprio — basta un buon contesto nel prompt.
- **RAG:** dare al modello i tuoi documenti rilevanti prima della risposta, così cita da quelli invece di tirare a indovinare.
- **Agente:** un modello che non si limita a rispondere ma esegue da sé dei passi. Suona grande, in pratica si rompe in fretta — tienilo stretto.
- **API:** l'interfaccia con cui altri programmi parlano al modello. Rilevante solo quando automatizzi qualcosa.
- **Open source / locale:** modelli che puoi far girare da te. Più controllo e privacy, ma più fatica.

Non devi padroneggiare nessuno di questi termini per usare l'IA con criterio. Ma chi li conosce non si fa vendere ciò di cui non ha bisogno.

Fonti & per approfondire

Questo eBook è esperienza, non un rapporto di ricerca. Dove si parla di diritto e fatti, verifica alla fonte — ecco le principali, tutte ufficiali e gratuite.

Diritto & protezione dei dati (per il capitolo GDPR)

- **Testo integrale del GDPR** — EUR-Lex, regolamento (UE) 2016/679. Cerca « 2016/679 » su eur-lex.europa.eu. Rilevante per l'art. 6 (basi giuridiche) e l'art. 28 (responsabili).
- **Regolamento UE sull'IA (AI Act)** — regolamento (UE) 2024/1689, anch'esso su EUR-Lex. Disciplina classi di rischio e obblighi di trasparenza.
- **La tua autorità per la protezione dei dati** — in Italia il Garante Privacy (garanteprivacy.it). Primo riferimento per domande concrete.

Come gli strumenti trattano davvero i dati

- **Leggi la doc del fornitore** — « Trust Center », « Data Processing Addendum (DPA) » o « Privacy » sul suo sito. Conta quello, non un articolo di blog.
- **Controlla l'impostazione di addestramento** — nelle impostazioni dell'account ChatGPT/Claude, se i tuoi input servono all'addestramento. Impostalo una volta, di proposito.

La regola resta: ciò che deve essere corretto, lo verifichi alla fonte primaria — non con l'IA e non in questo libro.