

## Come le relazioni coi lettori aiutano i giornali a competere con l'Intelligenza artificiale

**Pubblicato:** Venerdì 8 Novembre 2024



Quanto il **rapporto umano** che si costruisce tra i professionisti dell'informazione e il loro pubblico può riaffermare l'importanza del giornalismo nel contesto digitale ormai popolato dalle intelligenze artificiali? Se ne è discusso alla **Biblioteca di Varese** venerdì 8 novembre in occasione del **Festival Glocal**.

Secondo un'indagine dell'Università Iulm di Milano condotta tra 600 giornalisti e illustrata dalla docente **Marta Lucia Zanichelli**, il **76%** degli intervistati ha ammesso che secondo lui la **condizione del ruolo dei giornalisti all'interno della società è negativa** e per il 71% dei giornalisti la situazione è destinata a peggiorare.

Quale può essere quindi il modo per provare a **invertire questa tendenza**?

**Will** nasce per raccontare il cambiamento in un panorama veloce e complesso e chiamare all'azione. «Il nostro obiettivo – spiega **Paolo Bovio**, giornalista di Will – è utilizzare le piattaforme e il loro linguaggio, ma riuscendo ad approfondire gli argomenti».

«Il contenuto – spiega **Daniela Taiocchi**, giornalista dell'**Eco di Bergamo** – per noi non è l'obiettivo ma il mezzo, per **costruire una relazione con i nostri lettori**. La manutenzione delle relazioni si fa riconoscendo il ruolo delle comunità che sono solidali tra di loro e affidano al giornale il suo ruolo».

L'Eco di Bergamo ci ha provato con un'iniziativa specifica: trasformare i necrologi in qualcosa di simile agli *obituaries* delle testate anglosassoni, associando a ogni persona il racconto della sua storia. Il progetto ha preso il nome ***Ogni vita un racconto***. Un lavoro che ha permesso di costruire delle relazioni completamente nuove tra il giornale e la sua città soprattutto durante i difficilissimi mesi dell'epidemia di Covid-19.

Il progetto ha avuto una svolta anche grazie all'**Intelligenza artificiale**. Proprio grazie a questa tecnologia, l'Eco di Bergamo è riuscito a riportare alla luce circa **320.000 necrologie**, uscite sul giornale dal 1950 a oggi.

**RSI** ha cercato per la prima volta a uscire dalla radio e dalla televisione nel 2016 sbarcando su Facebook col progetto **Spam**.

«Abbiamo cercato – racconta **Pablo Creti**, responsabile social e servizi digitali RSI – di portare contenuti giornalistici sulle piattaforme utilizzate dalle nuove generazioni, rimanendo consapevoli sia della natura del medium sia del nostro ruolo come servizio pubblico».

«Nel 2021 – aggiunge Creti – abbiamo deciso di **segmentare l'offerta** per raggiungere il pubblico giovane che non seguiva Spam. Un pubblico attivo politicamente al quale è importantissimo parlare in un contesto come quello svizzero dove le votazioni sono molto frequenti».

Alessandro Guglielmi  
aleguglielmi97@gmail.com