



Strada Maggiore 6 - 40125 Bologna  
tel.051/235461  
e-mail: info@odg.bo.it

**ORDINE GIORNALISTI**  
**CONSIGLIO REGIONALE DELL'EMILIA-ROMAGNA**  
**ASSEMBLEA DELL'8 MARZO 2025**  
**RELAZIONE DEL PRESIDENTE SILVESTRO RAMUNNO**

**Care colleghe, cari colleghi,**

Vi ringrazio per essere qui, questa occasione non è solo un momento di confronto istituzionale, ma anche un'opportunità per riflettere insieme sulla nostra professione, sulle sfide che affrontiamo ogni giorno e sulle responsabilità che ci vengono affidate dalla società.

Il giornalismo sta vivendo una fase di trasformazione profonda, tra l'evoluzione digitale, la crisi dell'editoria tradizionale e l'impatto dell'intelligenza artificiale sulla produzione e sulla diffusione delle notizie. Tutto questo avviene in un contesto di crescente sfiducia nei media e di una pericolosa polarizzazione del dibattito pubblico, che ci impone di riaffermare con forza il valore della verifica, dell'etica e della credibilità del nostro lavoro. In Emilia-Romagna, come in tutta Italia, le difficoltà economiche del settore, la precarietà diffusa e le nuove forme di disinformazione ci pongono interrogativi urgenti: come possiamo difendere la qualità del giornalismo? Come possiamo rafforzare il nostro ruolo di servizio pubblico in un'epoca di post-verità e di fake news?

***Questa introduzione è stata scritta da ChatGPT con un prompt molto semplice, ricomincio...***

**Buongiorno a tutte e a tutti,**

è con piacere che vi do il benvenuto all'assemblea annuale delle iscritte e degli iscritti all'Ordine dei Giornalisti dell'Emilia-Romagna. La vostra presenza è un segno tangibile dell'impegno e della passione che ciascuno di voi mette quotidianamente nel proprio lavoro, fondamentale per la nostra democrazia e per la società.

Quest'anno abbiamo affrontato numerose sfide, ma abbiamo anche raggiunto importanti traguardi. La nostra professione è in continua evoluzione, e siamo chiamati a rispondere con competenza e integrità alle nuove esigenze del mondo dell'informazione.

***Questa introduzione è stata scritta da "Mistral le chat", con lo stesso prompt di prima, ricomincio...ma questa volta davvero.***

**Care e cari,**

non è un caso che abbia iniziato con l'intelligenza artificiale, nel nostro mondo è l'argomento degli argomenti. Mi ritrovo nell'articolo 19 (*slide 1*) del nuovo codice deontologico che entrerà in vigore a giugno. Mi convince anche l'approccio complessivo di tutta la categoria al tema: stiamo nel dibattito, senza rifiutarlo come avvenuto in passato in altre situazioni.

Dell'articolo 19 sottolineo, in particolare, il passaggio sull'uso consapevole dell'AI: è molto di più del semplice "saper usare" le tecnologie. Dobbiamo essere consapevoli degli effetti profondi dell'IA sul nostro lavoro e sulla società e da questa consapevolezza deve venire l'uso che ne facciamo. Poi, certo, la trasparenza, l'assunzione di responsabilità, la verifica delle fonti...ci mancherebbe!

L'uso consapevole mi piace associarlo al diritto di critica, riconosciuto ai giornalisti dalla legge 69 del 63. Diritto di critica vuol dire che non siamo passacarte, utilizzo consapevole vuol dire che non siamo utilizzatori passivi di AI: il nostro lavoro non è produrre contenuti ma rendere noti fatti di interesse pubblico, nel rispetto della verità sostanziale dei fatti, con un linguaggio continente e pertinente.

Nelle redazioni l'AI è sempre più presente, ma non c'è ancora un modello dominante. La sfida pare essere quella dell'integrazione dei sistemi AI nel flusso di lavoro. A noi il compito di tenere gli occhi aperti, per difendere il diritto

all'informazione di ogni persona, come recita l'articolo 2 del nuovo codice (slide 2).

L'articolo 19 ci dà l'occasione per una veloce riflessione sul nuovo codice deontologico. La scelta di passare da testo unico a codice sta sia nell'allinearci alle altre professioni ma anche nel rendere più chiaro ciò che un giornalista può fare e ciò che non può fare. La deontologia è il nostro valore aggiunto, ma lo è se viene riconosciuta dall'opinione pubblica. L'occasione che abbiamo davanti è quella di portare questo codice nella società, farne apprezzare il valore, dare strumenti di valutazione del nostro lavoro. È una via obbligata per ricostruire fiducia con i lettori e ridare valore al nostro lavoro, che continua a vivere situazioni di crisi e di perdita di fiducia.

Ecco a proposito di questo vi mostro alcuni dati.

In questa slide (slide 3) potete vedere le vendite dei quotidiani a dicembre 2024: sostanzialmente siamo a poco più di un milione di copie vendute in edicola, se consideriamo anche gli abbonamenti e le vendite multiple si arriva a 1,6 milioni. Non c'è nessun recupero delle copie digitali rispetto alla perdita di copie cartacee. In quelle cifre ci sono anche quegli abbonamenti pagati ad un prezzo irrisorio rispetto al prezzo di vendita del giornale cartaceo. Sono conteggiati abbonamenti venduti ad un costo che arriva anche al 10% del prezzo di copertina. Questi abbonamenti non vanno confusi con gli abbonamenti al sito, che possono non avere la copia replica in pdf e sono venduti a prezzi ancora più bassi. Questi si possono stimare in oltre 1 milione.

In questa slide (slide 4) c'è l'andamento delle singole testate. Quelle evidenziate in neretto sono le testate che hanno già una vendita di copie digitali superiore alle cartacee. Colpiscono i dati di alcuni grandi giornali, che un po' di tempo fa vendevano da soli un milione di copie e ora veleggiano intorno alle 100.000. Teniamo anche presente che, nonostante questi numeri, l'influenza e la rilevanza della stampa continuano ancora a essere importanti; non come anni fa ma la rilevanza c'è e questo ci chiama ad una sempre maggiore responsabilità.

(slide 5) Mi piace sempre confrontare il dato delle copie vendute, 1 milione, con gli italiani che ogni giorno si collegano a un sito di informazione: sono 38 milioni. I dati li vediamo in questa tabella di Agcom: 38 milioni sono tanti se consideriamo che gli italiani che ogni giorno vanno online sono 44 milioni. Il

punto, però, non sono i numeri totali ma il tempo: i 38 milioni passano sui siti di informazione un'ora e 7 minuti al mese, poco più di due minuti al giorno. In due minuti non passa l'informazione, può passare qualche suggestione. Sicuramente non l'informazione accurata citata nella nostra deontologia.

Questo dato è anche sintomo di un'altra delle grandi trasformazioni in atto nella società, con conseguenze evidenti nel giornalismo: l'informazione è sempre più identitaria e schierata, orientata a dare al lettore quello che si aspetta. Che non sarebbe un male in sé, se fosse tutto trasparente e non venisse messa in discussione la verità sostanziale dei fatti. Non è così, purtroppo. Forzature estreme dei fatti creano polarizzazione e nella polarizzazione il giornalismo è sconfitto.

Volevo darvi anche un altro dato di raffronto: abbiamo detto che gli italiani che vanno sui siti di informazione sono 38 milioni e ci passano un'ora e 7 minuti al mese. Vediamo, in questa slide (*slide 6*) cosa succede per i social: gli italiani sui social sono 39 milioni ma il dato rilevante è che ci passano quasi 24 ore al mese: 24 ore sui social, 1 ora per informarsi. Questi numeri ci dicono che il modello di business dei social, basato sull'intrattenimento, sta vincendo, e questo spiega anche perché tanti giornali pubblicano contenuti ad alto tasso di intrattenimento e a basso tasso informativo.

**Care colleghe, cari colleghi**, questa non è un'assemblea come le altre. Siamo in scadenza di mandato e fra pochi giorni si aprirà la fase elettorale per il rinnovo delle cariche: mi auguro che ci sia una grande partecipazione. Si voterà online o in presenza nei seggi di Parma, Bologna e Cesena. Per quanto riguarda il voto online la novità è che per votare sarà necessario avere Spid o Cie, la carta d'identità elettronica. Le credenziali non verranno più inviate sulla pec, si potrà accedere alla piattaforma solo con Spid o Cie. Ricordate che non ci sono i nomi dei candidati, tutti potenzialmente sono candidati.

Nelle assemblee di fine mandato solitamente viene presentato un bilancio ma non mi sono mai piaciuti gli elenchi delle cose fatte. Troppo autocelebrativi e freddi. Cito solo qualcosa, per titoli: c'è stata un'importante collaborazione con le università di Bologna, di Modena e Reggio Emilia, di Ferrara. È ripartito il master a Bologna; abbiamo collaborato con diversi ricercatori sui temi dell'informazione e dell'intelligenza artificiale; si è consolidata il rapporto con l'Ordine nazionale e con altri Ordini regionali, soprattutto con Marche, Umbria, Toscana e Lazio: insieme abbiamo creato un tavolo permanente di lavoro.

Abbiamo fatto un po' di investimenti sulla sede e siamo intervenuti sui conti dell'ordine, con una gestione finanziaria più corretta, che ci ha consentito di avere più patrimonio. Poi ne parlerà in dettaglio il tesoriere. Abbiamo anche fatto un'operazione sul patrimonio della Fondazione dell'Ordine dei Giornalisti, era necessaria perché da quando è stata creata non eravamo mai intervenuti. Il riferimento alla fondazione, mi dà l'opportunità di parlare di formazione, uno dei nostri core business: nella slide vedete i numeri di quello che abbiamo fatto. (*slide 7*)

Abbiamo offerto formazione gratuita e di qualità. Penso che la nostra proposta abbia pochi paragoni in Italia, ma non ci accontentiamo: dobbiamo migliorare e abbiamo già qualche idea. La formazione deve essere un nostro punto d'orgoglio: ci sono corsi pensati da noi ma ci sono soprattutto proposte e idee che vengono dai colleghi e dai territori. Il nostro ruolo è dare valore a questa ricchezza. Altra operazione importante che abbiamo fatto è quella relativa all'archivio, ne parleremo dopo.

Ma se proprio dovessi scegliere un punto qualificante di questo mandato, direi quello che avevamo annunciato quando ci siamo candidati: essere vicini agli iscritti, rispondere ai loro problemi e alle loro necessità professionali e non solo professionali. Quando i colleghi ci hanno cercato, ci hanno trovato. L'Ordine è un ente pubblico, con procedure che vanno rispettate, ma questo non ci ha impedito di essere empatici, vicini e di avere un rapporto caldo con gli iscritti. Abbiamo mantenuto l'impegno a non aumentare la quota ma abbiamo dovuto fare una piccola manovra per mettere in equilibrio la parte corrente del bilancio. Questo intervento si è reso necessario per il costante calo degli iscritti.

Questa è la fotografia di quello che siamo. (*Slide 8*) Al 31 dicembre 2024, l'Ordine dell'Emilia-Romagna contava 6.287 iscritti, 115 in meno rispetto al 2023. I pubblicisti erano 4.070, i professionisti 1.661. I praticanti 80, i giornalisti stranieri 5. Gli appartenenti all'elenco speciale 471.

Gli uomini sono il 56%, l'età media è di 56 anni e 5 mesi.

La maggior parte degli iscritti, il 59,1%, è nella fascia tra i 41 e i 64 anni, seguita dagli over 65, che sono il 27,4%. **Solo il 13,5% degli iscritti ha un'età compresa tra i 18 e i 40 anni.**

## **Calo degli iscritti, pochi giovani. Il problema è grande.**

(*Slide 9*) Questo è il modo in cui ci rappresenta Dall-E, intelligenza artificiale che crea immagini, alla quale ho chiesto di creare un'immagine del giornalista tipo sulla base dei dati di cui vi ho appena detto. Devo dire che noi abbiamo fatto tanto per non rappresentarci così, soprattutto in termini di genere.

Ci tengo a dire che il merito delle cose fatte è di tutto il consiglio e del team dell'ordine. Il valore aggiunto di questo consiglio è stato il gioco di squadra e la capacità di fare sintesi, nell'interesse esclusivo dei colleghi. Lo dico perché questa è la verità sostanziale dei fatti. Grazie per l'impegno a Alberto Lazzarini, Francesca Romanelli, Giorgio Lambri, Elide Giordani, Luca Molinari, Michelangelo Bucci, Rosalba Carbutti e Serena Bersani. Un grazie a tutti i componenti del Consiglio di Disciplina, in primis al presidente Claudio Santini, che hanno sempre lavorato in piena autonomia, così come ai Revisori dei Conti, che ci hanno controllato con attenzione e autonomia. Grazie anche a Anna Bassi, Giancarla Zanarini e Miro Albertazzi, della segreteria dell'Ordine. Andrea Tufariello, che segue la Fondazione per la formazione. E Franca Silvestri per il lavoro sul sito.

Il vostro contributo è stato essenziale per tutto.

Mi avvio a concludere. Oggi 8 marzo, Festa della Donna, auguri a tutte le colleghe ma un pensiero particolare a Graziella Fava, che ricorderemo il 13 marzo, a 46 anni dalla sua scomparsa: vittima innocente di un attentato terroristico di un gruppo di estrema sinistra. Giornalismo e memoria vanno a braccetto e noi ci siamo impegnati per la memoria di Graziella, insieme all'Aser. Al giardino che le è stato intitolato ci sarà un monumento e poi c'è la targa in via San Giorgio: era una mancanza da colmare. L'obiettivo di quella targa, oltre il doveroso omaggio alla memoria di Graziella Fava, è quello di far sì che nascano domande: chi era Graziella? Perché l'attentato? Le risposte saranno il modo migliore per comprendere l'importanza della libera stampa.

In questa relazione non ho ancora pronunciato la parola algoritmo, lo faccio ora ma solo per dire che non dobbiamo adagiarci su letture superficiali dei fenomeni in atto e andare oltre il determinismo tecnologico.

Chat GPT, puoi sostituire i giornalisti? Questa è la risposta che mi ha dato: Posso sicuramente aiutarli con alcune delle attività, come la ricerca di informazioni, la scrittura di articoli o l'analisi di temi specifici. **Tuttavia, il ruolo**

**di un giornalista implica anche una comprensione profonda del contesto, delle fonti primarie e una valutazione critica degli eventi in corso, attività che richiedono un'esperienza umana e una connessione diretta con la realtà che io non posso replicare completamente.**

(Slide 10) Non avrei altro da aggiungere, grazie davvero. L'ordine dei giornalisti siete voi.

Silvestro Ramunno  
