

Ricerca e sviluppo dell'industria in crescita nell'Unione europea

Il settore ricerca e sviluppo dell'industria europea ha battuto i record, raggiungendo il tasso di crescita più alto dal 2015, con un aumento del 13,6%, più che raddoppiato rispetto all'anno precedente. Un dato a maggior ragione importante se si considera che nello stesso periodo la Cina ha visto ridurre la crescita degli investimenti da oltre il 25% a poco più del 16%,

mentre negli Usa le aziende sono passate da una crescita degli investimenti del 16% al 12,6%. Su base globale si contano investimenti per 1.250 miliardi di euro, in particolare più di un terzo delle aziende e il 43% degli investimenti in ricerca e sviluppo si devono ai produttori di Ict e servizi a questi collegati, un dato che evidenzia il ruolo di primo piano della digitaliz-



zazione. Altrettanto rilevanti sono il settore automobilistico e sanitario. A livello europeo si raggiunge il primo

gradino del podio rispetto agli investimenti per l'automotive, con una percentuale del 42,2%. Dal punto di vista tecnologico, l'Ue è in testa nella brevettazione verde ad alto valore (68%) e nelle tecnologie pulite per i trasporti (29%). È significati-

va anche l'ampia rappresentanza settoriale che emerge dall'analisi degli investimenti in Ue: settore automobilistico, itc, sanità, aerospazio, difesa, energia... Inoltre, tra i primi mille investitori in ricerca e sviluppo dell'Ue il 18% è costituito da piccole e medie imprese, di cui circa due terzi provengono dal settore sanitario. La salute occupa infatti una posizione importante e la crescita, secondo i dati presentati dallo scoreboard degli investimenti dell'Unione europea, è dovuta

soprattutto alla nascita di nuove aziende biotecnologiche e dagli investimenti in tecnologie applicate nel settore farmaceutico. Lo scoreboard presenta dunque dati interessanti, tra cui una diffusa volontà di investimento in ricerca e sviluppo, anche in tempo di crisi, rivelando come tali investimenti siano effettivamente ritenuti strategici dalla maggior parte delle imprese e come le risorse tecnologiche siano considerate fondamentali per mantenere la competitività.

Jasmine MILONE

APOSTOLATO **a** DIGITALE

condividere codici di salvezza

INDAGINE – SEMPRE PIÙ CONNESSI E INFORMATI MA ESISTENZIALMENTE SEMPRE PIÙ ISOLATI

La solitudine dei comunicatori

Siamo sempre più connessi, più informati, più stimolati ma esistenzialmente sempre più soli». Parola dello psichiatra Tonino Cantelmi. E forse un po' anche di tutte e tutti noi, immersi ogni giorno – per lavoro e per piacere – nel mare magnum fatto di social, blog, app, siti, chat.

Se da un lato ci sembra di vivere nell'illusione costante di un'empatia e di una condivisione di emozioni, sentimenti e pensieri rispetto alle mille esperienze quotidiane, sono molti gli studi psicologici che parlano di un isolamento sempre più spiccato dell'individuo rispetto alla società.

Un aspetto che emerge anche nel mondo dei comunicatori, esposti forse più di tutti alla pervasività dei nuovi strumenti di comunicazione. Costruire un solido e diffuso network di relazioni è l'elemento indispensabile per oltre l'80% dei professionisti nel mondo della comunicazione, un utile strumento per sviluppare nuove opportunità di business e di crescita. Stessa percentuale (quattro professionisti su cinque) ritengono imprescindibile un riconoscimento lavorativo e sociale delle proprie competenze e del



proprio ruolo di «esperti della comunicazione».

Il 73% degli intervistati lamenta l'assoluta mancanza di rappresentanza presso i decisori pubblici, le istituzioni e le business community.

Ecco alcuni dei risultati dell'indagine condotta dall'Area comunicatori di «Manageritalia executive professional», realizzata in collaborazione con AstraRicerche, COM&TEC e Tekon Europe, per fotografare e conoscere l'evoluzione degli oltre 30 mila professionisti impegnati stabilmente nel mondo della comunicazione: dalle pubbliche relazioni, all'organizzazione eventi passando per i new media, l'advocacy e la comunicazione corporate, fino ai social media.

L'indagine, condotta tra luglio e agosto, ha coinvolto un campione di oltre 700 comunicatori in tutta Italia, bilanciati per genere (51,3% uomini e 47,4 donne) e distribuiti per fascia d'età (28,8% sotto i 45 anni, 42,0% sopra i 54 e 29,2% tra i 45 e 54 anni).

I comunicatori svolgono la propria attività per il 57% presso imprese private (non di comunicazione) il 27% in agenzie di comunicazione, il 21% in Istituzioni, enti o

organizzazioni pubbliche, il 12% in fondazioni e organizzazioni no profit e solo il 7% in studi professionali. Sono molteplici gli ambiti e le aree di intervento della professionalità dei comunicatori per il 60% tocca la comunicazione d'impresa, per il 31% la comunicazione tecnica, 29% tematiche legate alla sostenibilità, 28% comunicazione pubblica e istituzionale, 26% tecnologia e innovazione, 14% in ricerca e sviluppo e solo il 7% si occupa di comunicazione politica.

Per quattro intervistati su cinque (85%) le proprie competenze professionali dovranno crescere nei prossimi tre-cinque anni per porsi in sintonia con evoluzioni tecnologiche come l'intelligenza artificiale e dei social media. Competenze che per il 63% del campione dovranno essere sempre più certificate e per il 66% è opportuno che esista un percorso di formazione specifico che porti alla loro certificazione a garanzia delle proprie credenziali e di quelle del cliente. Infatti, per l'84% del campione i committenti non sono sempre in grado di valutare correttamente la vera qualità della comunicazione e dei comunicatori. Un tema molto interessante

della ricerca riguarda alcuni aspetti deontologici: per l'81% degli intervistati è saltata la differenza tra comunicazione e informazione i cui confini sono spesso labili se non addirittura ignorati. Per i professionisti della comunicazione la costruzione di una consolidata rete di relazioni per cogliere le opportunità di sviluppo e crescita professionale altresì lo è per il 73% del campione la necessità di avere un soggetto, un'associazione o realtà capace di rappresentare le istanze della categoria. Infatti solo il 32% risulta iscritto a un'associazione professionale. Forte anche per il 68% dei comunicatori la richiesta di un sistema assicurativo capace di tutelare gli operatori dagli eventuali rischi professionali, immancabile per il 69% degli intervistati la necessaria creazione di un sistema di welfare integrativo, che affianchi quello pubblico per una migliore cura della salute del comunicatore e dei suoi familiari.

Insomma, «Il concetto chiave non è più la 'presenza' in rete, ma la 'connessione': se si è presenti ma non connessi, si è soli» ricorda il giornalista gesuita Antonio Spadaro. Fuori e dentro la rete.

Annalisa D'ERRICO

GPTS – AVVENIRE DI CALABRIA

Se il correttore di bozze lo fa un'app...

OpenAI ha presentato di recente il suo GptStore, ossia la sezione di ChatGpt in cui è possibile consultare ed utilizzare versioni personalizzate del programma dedicate a compiti specifici (Gpts). Il primo giornale italiano a pubblicare sin da subito il proprio Gpts è stato il giornale diocesano Avvenire di Calabria. L'applicazione messa gratuitamente a disposizione è un correttore di bozze che utilizza la metodologia e le convenzioni del settimanale per suggerire correzioni ortografiche e grammaticali. Le regole fornite in fase di addestramento riguardano principalmente l'uso delle minuscole e delle maiuscole, il formato dell'orario, gli accenti, le virgolette caporali e le virgolette alte: si tratta, in tutto, di 23 istruzioni che, abitualmente, i giornalisti osservano nella stesura dell'articolo.



La fase di addestramento del software è stata condivisa anche con gli studenti della scuola secondaria di primo grado dell'Istituto Maria Ausiliatrice di Reggio Calabria. La configurazione definitiva è stata presentata dal direttore di Avvenire di Calabria, don Davide Imeneo, durante la lezione del progetto di giornalismo «Aula G». «Il programma non sostituisce l'ultima revisione del correttore di bozze», chiarisce don Imeneo «lo sguardo della persona umana è indispensabile per correggere definitivamente un articolo ed anche eventuali sviste dell'intelligenza artificiale... che non è infallibile».

Già da diverse settimane, nella redazione di Avvenire di Calabria, chi si occupa dell'ultima revisione utilizza il Gpts e poi rilegge attentamente l'output del software. «Il Gpts» conclude il direttore «è stato addestrato in diverse sessioni di machine learning. È stato speso molto tempo per far capire al Gpts come preservare lo stile e il contenuto originale, evitando modifiche non necessarie e preservando la voce dell'autore. Stiamo già valutando diversi utilizzi per automatizzare alcuni processi di pubblicazione sul social network: si tratta, però, di programmi che affiancheranno giornalisti e operatori, alleggerendo la loro operatività, ma senza sostituirli».



Dialogo

Marco Damilano con Paolo Benanti, francescano, nominato dal governo Meloni presidente della commissione che studia l'intelligenza artificiale applicata all'informazione.