“Ask Eddie”: l’Intelligenza Artificiale ridà voce a Edward Bernays e trasforma gli archivi in una risorsa viva per le relazioni pubbliche

«È un piacere fare la vostra conoscenza. Sono Edward Bernays, ma potete chiamarmi Eddie.»

Sentire pronunciare oggi queste parole sorprende. Edward Bernays, considerato il padre delle moderne relazioni pubbliche, è infatti scomparso nel 1995 all’età di 103 anni. Eppure la sua voce, le sue idee e il suo approccio strategico alla comunicazione sono tornati accessibili grazie all’Intelligenza Artificiale.

Il progetto denominato **Ask Eddie** è stato realizzato dal **Museum**

of Public Relations, con l'approvazione della famiglia Bernays e in collaborazione con Edelman, attraverso un modello linguistico addestrato su oltre un milione di parole tratte dagli scritti di Bernays e su dieci anni di registrazioni video realizzate nell'ultima fase della sua vita. Il risultato è una "persona storica" digitale capace di rispondere alle domande degli utenti utilizzando esclusivamente il patrimonio documentale lasciato dal celebre professionista.

Un archivio che prende vita

A guidare il progetto è stata **Shelley Spector**, fondatrice e CEO del Museum of Public Relations, che negli anni Novanta ebbe l'opportunità di intervistare personalmente Bernays in numerose occasioni.

Per Spector, ascoltare nuovamente la sua voce attraverso l'IA è un'esperienza al tempo stesso suggestiva e stimolante. Ma soprattutto rappresenta un'opportunità unica per rendere accessibile a una nuova generazione di professionisti una delle figure più influenti della storia della comunicazione.

L'obiettivo non è quello di "resuscitare" Bernays in senso tecnologico, ma di trasformare il vasto patrimonio documentale esistente in uno strumento consultabile e dialogico, capace di favorire l'apprendimento e la riflessione.

I consigli di Bernays per l'era dell'informazione continua

Interrogato su come affrontare il ciclo informativo sempre più rapido che caratterizza il panorama mediatico contemporaneo, "Ask Eddie" offre una risposta sorprendentemente attuale:

«La tentazione è inseguire ogni titolo e ogni notizia del momento, ma questo disperde la tua capacità di influenza. Bisogna invece individuare le correnti profonde: di cosa sono realmente preoccupate le persone? Cosa hanno bisogno di

comprendere?»

E ancora:

«La velocità è importante, ma chiarezza e coerenza lo sono ancora di più. Se stai semplicemente reagendo in modo frenetico, hai già perso il controllo della narrazione.»

Parole formulate quasi un secolo dopo la pubblicazione di Crystallizing Public Opinion (1923), ma che mantengono una sorprendente rilevanza nell'epoca dei social media, delle breaking news permanenti e delle crisi reputazionali in tempo reale.

Un'intelligenza artificiale con memoria storica, non connessa al presente

La particolarità del progetto risiede nel fatto che il modello è stato sviluppato come **"closed corpus LLM"**: conosce esclusivamente ciò che è contenuto negli archivi utilizzati per l'addestramento e non dispone di informazioni aggiornate sul mondo contemporaneo.

In altre parole, "Eddie" non sa cosa siano TikTok, LinkedIn o ChatGPT, ma è perfettamente in grado di ragionare sui principi della persuasione, dell'opinione pubblica, della costruzione del consenso e della gestione delle relazioni con gli stakeholder.

Questo limite rappresenta al tempo stesso la sua forza: ogni risposta resta coerente con il pensiero autentico di Bernays, evitando contaminazioni o interpretazioni moderne non documentate.

Dalla conservazione alla trasmissione del sapere professionale

Per gli studiosi e i professionisti delle relazioni pubbliche,

il valore aggiunto del progetto è evidente. Molte delle opere fondamentali di Bernays rimangono disponibili soltanto in testi storici che, pur essendo imprescindibili, possono risultare impegnativi per lettori contemporanei.

L'Intelligenza Artificiale consente invece di interrogare direttamente il corpus documentale, ottenere sintesi, approfondimenti e collegamenti tra eventi, campagne e concetti sviluppati nel corso della sua lunghissima carriera.

Tra gli esempi più noti figurano campagne come **"Torches of Freedom"**, spesso analizzate nei corsi universitari di comunicazione come casi emblematici della capacità di influenzare il dibattito pubblico e i comportamenti sociali.

Il futuro degli archivi nelle relazioni pubbliche

L'esperimento del Museum of Public Relations apre una riflessione più ampia sul ruolo dell'Intelligenza Artificiale nella valorizzazione della memoria professionale.

Non si tratta soltanto di digitalizzare documenti, ma di renderli consultabili, comprensibili e interattivi. Un approccio che potrebbe essere applicato in futuro anche agli archivi di altre personalità che hanno contribuito allo sviluppo delle relazioni pubbliche e della comunicazione organizzativa.

Per descrivere questa visione, Shelley Spector utilizza una definizione particolarmente efficace: **"living archive"**, un archivio vivente.

Un concetto che potrebbe rappresentare una delle applicazioni più interessanti dell'IA per la nostra professione: non sostituire il pensiero umano, ma preservarne la memoria e renderla accessibile alle generazioni future.

In un'epoca in cui la tecnologia viene spesso associata alla

velocità e all’obsolescenza, “Ask Eddie” dimostra che può diventare anche uno strumento di conservazione, contestualizzazione e trasmissione del sapere. Un ponte tra la storia delle relazioni pubbliche e il loro futuro.