

**Gloria Aura Bortolini**

Giornalista, regista, fotografa e conduttrice televisiva

conversa con

**Livia Viganò**

Co-founder di @Factanza

## Livia

**Factanza è nata con l'obiettivo di rivoluzionare il mondo dell'informazione. In che modo lo fate?**

Factanza nasce nel 2019 nel momento in cui io e l'altra co-fondatrice del progetto, che allora eravamo compagne di università e avevamo 22/23 anni, ci siamo accorte che le persone della nostra età e le generazioni limitrofe, parliamo quindi di Generazione Z e Millennials, non si informavano tramite i canali tradizionali, non andavano la mattina a comprare il giornale, non facevano l'abbonamento ai quotidiani digitali e non guardavano neanche i telegiornali la sera. Per cui ci siamo chieste: come è possibile che la nostra generazione non abbia dei punti di riferimento che siano in linea con i propri metodi di fruizione dei contenuti? Quindi, in particolare, perché sui social nessuno fa informazione di qualità in maniera efficace? Questa è stata un po' la missione di Factanza: portare un modello di informazione in linea con le esigenze delle nuove generazioni per far sì che riescano ad essere aggiornate su quello che succede nel mondo. Secondo noi è uno dei requisiti fondamentali per una società che funziona bene.

**Oggi la vostra pagina Instagram ha più di 600mila followers. Vi aspettavate questo successo? Che spiegazione vi siete date?**

Inizialmente doveva essere un progetto nostro. Frequentavamo la facoltà di Economia e pensavamo che avremmo fatto altro nella nostra vita. Non era nato con un input imprenditoriale, però poi quando abbiamo aperto la start up, abbiamo dedicato a Factanza tutto il nostro tempo e le nostre energie e abbiamo iniziato anche ad allargare il team. Il nostro obiettivo è diventato raggiungere quante più persone possibili e diventare effettivamente un media che ha la capacità di cambiare i temi del dibattito pubblico e anche la percezione delle persone su questi temi. È stato sicuramente un grande traguardo aver superato il mezzo milione di follower e siamo molto soddisfatte, ma vogliamo fare ancora di più.

**La risposta che avete avuto dimostra che sicuramente c'è un interesse da parte della community e che sui social è possibile fare anche contenuti di qualità. Non è solo superficiale il mondo social, come spesso invece si sente dire.** Quando abbiamo iniziato con Factanza, Instagram era ancora visto come un social molto superficiale perché era utilizzato per far vedere



factanza Follow Message ...

1,690 posts 632K followers 836 following

Factanza  
L'informazione che crea (ri) dipendenza  
-ti spieghiamo il mondo in 15 secondi  
-per comprare il nostro libro >  
bit.ly/factanza\_CapireilPresente

Elezioni Accade oggi Green Italia Ucraina Psicologia Diritti

POSTS REELS GUIDES TAGGED

**I LIBRI CI FANNO VERAMENTE CARI**

5 CONSIGLI PER UNA DIETA SENZA CARNE

Come la società ci dice che dobbiamo essere felici

**SUCCESSO**

Così davvero la felicità:

lavoro riposo salute hobby amore relazioni

**I REGALI CHE VORREMMO**

MA DA QUANTO DURA STA STORIA DEL PONTE SULLO STRETTO DI MESSINA?

spoiler: dal 250 a.C.

**COSE CHE NON SAPEVI SULL'UNITA' D'ITALIA**

**SVEGLIARSI PRESTO NON E' PER TUTTI, LO DICE LA SCIENZA**

**E' PROPRIO VERO CHE I GIOVANI NON HANNO VOGLIA DI LAVORARE**

Meta e la Siae non hanno trovato un accordo di licenza: la musica non sarà più disponibile su Instagram e Facebook.

l'unica casa che posso permettermi a Milano:

**9 parole in dialetto in traducibili in italiano** GENOVA EDITION

PANDEMIA, GUERRA, INFLAZIONE

PANDEMIA, GUERRA, INFLAZIONE

PANDEMIA, GUERRA, INFLAZIONE, CRISI DELLE BANCHE

**IN ITALIA CI SONO ANCORA FAMIGLIE DI SERIE B.**

"IL GOVERNO STA PREGIUDICANDO LA SITUAZIONE"

**le leggi più assurde in Italia**

sfatiamo i falsi miti sui disturbi del comportamento alimentare

Il Senato ha bocciato il regolamento Ue per assicurare **uguali diritti** ai bambini nati da coppie eterogenitoriali e omogenitoriali o adottati.

**PERCHÉ STANNO ARRIVANDO PIÙ MIGRANTI?**

falsi miti su **SESSUALE**

io: voglio viaggiare il mondo sempre io:

Il Comune di Milano ha **interrotto** le registrazioni dei figli nati da coppie omogenitoriali

C'è spazio per una Chiesa più **moderna**?

**Pesa memiane a fare** il meglio del peggio della settimana politica

QUESTO POST È IL MIO

regalati un panda

come sarà studiare nel **metaverso**?

L'Italia è **ultima** in Europa per **salute mentale**.

**I MOMENTI PIÙ ICONICI DEGLI OSCAR**

**INFLUENZE, RISARIE E TAVOLINE**  
EDDO COSA SOGGNANO DI FARE I BAMBINI DI OGGI

FOR MAGAZINE - FACTANZA

**PARLIAMO DI FAST FASHION**

**NEL 2023 NON SI DOVREBBE MORIRE ANCORA PER...**

ora chi abbiamo la selezione parliamo di

**SESSO**

**BARBIE COMPIE 64 ANNI**

**9 parole in dialetto in traducibili in italiano** MILANO EDITION

ISAAC NEWTON SCOPRI LA GRAVITÀ MENTRE CAZZOGGIAVA

PERCHÉ A NOI OZIORE SEMBRA UNA COLPA?

In Francia le copette mestruali saranno **gratuite** per tutte le donne under 25

**NON C'È NIENTE DI BELLO NEL NUOVO FILTRO BELLEZZA DI TIKTOK**

**PER ANNI SONO STATA SOLO LA GIORNALISTA TELESCOPAB'LE**

PARLACCIAMOCENE E METI CON I COLLEGHERI

**I REGALI CHE VORREMMO PER L'8 MARZO**

**E SE LA TUA CITTÀ SCOMPARISSE?**

**300 MILA**

gli adolescenti che hanno fatto uso di psicofarmaci senza prescrizione medica l'ultimo anno

**IN ITALIA IL DISAGIO PSICOLOGICO STA AUMENTANDO, MA NON LA SPESA PUBBLICA PER AFFRONTARLO.**

**RIUSCIRESTI A VIVERE SENZA CELLULARE?**

FINO A 40 ANNI FA NON ERA UN'OPZIONE.

**MA LE SIGARETTE ELETTRONICHE NONERANO SICURE?**

**BUONE NOTIZIE**

Sono in arrivo nuovi divieti sul fumo: anche allaperto e per sigarette elettroniche.

**Pesa memiane a fare** il meglio del peggio della settimana politica

**IL NOSTRO CIELO STELLATO STA SCOMPARENDO**

**TRE QUESTIONI FONDAMENTALI PER POTER PARLARE DI MERITO**

Sei giovani lavoratori su dieci soffrono di disagi emotivi per esaurimenti da burnout e pressioni.

**PAPILLOMA VIRUS**

In Ue è stato **rimandato** il voto per lo stop alle auto diesel e benzina entro il 2035 e per il governo italiano questa è una buona notizia

Manuali di combattimento tra uomo e donna del quindicesimo secolo

**Parli europei:** problema la settimana lavorativa di 4 giorni

**NON SEI IL TUO PERCORSO DI STUDI**

FUORI CORSO + RITARDI

Giorgia Meloni ha detto che l'utero in affitto e l'ideologia gender danneggiano le donne

**DIETRO AI SOCIAL C'È MOLTO ALTRO**

mangiamo polli allevati in condizioni inumane

"in Italia mancano i ricercatori"

I fondi per i ricercatori in Italia:

Secondo l'Fbi, la pandemia è stata causata

**9 parole in dialetto in traducibili**

I fondi per i ricercatori in Italia:

Secondo l'Fbi, la pandemia è stata causata «da un **incidente** in un laboratorio cinese»

**TWEET INVECCHIATI MALE**

La Francia si è alleata con 10 Paesi Ue per lavorare sull'**energia nucleare**, e l'Italia non è fra questi

**NON DOVEMMO MORIRE**

PER L'ARIA CHE RESPIRIAMO

**PERCHÉ SUI SOCIAL SIAMO COSÌ CATTIVI**

**Pesa memiane a fare** il meglio del peggio della settimana politica

**PERCHÉ CONTINUANO LE TRAGEDIE NEL MEDITERRANEO**

Un barcone che trasportava fino a **250 migranti** si è spezzato in due davanti alla costa calabrese

**BUONE NOTIZIE**

Milano è al **settimo** posto a livello globale per inquinamento dell'aria

| Rank | City              | PM2.5   |
|------|-------------------|---------|
| 1    | Delhi, Bangladesh | 145.000 |
| 2    | Delhi, India      | 135.000 |
| 3    | Delhi, Pakistan   | 125.000 |
| 4    | Beijing, Cina     | 115.000 |
| 5    | Delhi, India      | 110.000 |
| 6    | Delhi, India      | 105.000 |
| 7    | Milano, Italia    | 100.000 |
| 8    | Delhi, India      | 95.000  |
| 9    | Delhi, India      | 90.000  |
| 10   | Delhi, India      | 85.000  |

**DOPO LA GUERRA IN UCRAINA, IL MONDO NON TORNERÀ COME PRIMA**

I dipendenti della Commissione europea dovranno **disinstallare** TikTok

**è giusto cancellare quello che ci fa arrabbiare?**

**ENTRO IL 2050 IN ITALIA CI SARANNO 5 MILIONI DI PERSONE IN MENO**

Secondo l'Eurostat, l'Italia è il paese **più vecchia** d'Europa

Quanto davvero **100 MILIARDI** di capi prodotti all'anno?

Per il presidente del Senato La Russa "avere un figlio gay sarebbe un dispiacere, come se fosse milanista"

In Italia il **40%** del territorio è esposto a siccità estrema

E siamo solo a febbraio.

**9 parole in dialetto in traducibili in italiano** ROMA EDITION

Se le acque di mari e oceani saliranno ancora, dovranno migrare un miliardo di persone.

**Pesa memiane a fare** il meglio del peggio della settimana politica



cosa si mangiava, cosa si indossava o dove si andava in vacanza. Negli ultimi anni, però, è cambiato in maniera incredibile. Oggi per tantissime persone informarsi su Instagram è diventato più che normale. Tutte le principali testate sono su Instagram e cercano di utilizzarlo nella maniera più efficace possibile, e la stessa cosa è successa con TikTok. Quello che fino a pochi mesi fa era visto come un social di beauty e balletti adesso è diventato un social in cui è possibile fare informazione, e sempre più realtà lo stanno facendo. Infatti anche noi da meno di un anno siamo su TikTok, e anche qui abbiamo un ottimo riscontro, con una community di più di 260 mila persone.

#### **È diverso fare comunicazione su TikTok piuttosto che su Instagram?**

È molto diverso, perché TikTok è un social che va ancora più veloce ed è quindi più difficile catturare l'attenzione delle persone. Soprattutto è basato su un volto, mentre su Instagram noi ci basiamo più sul visual, sulla grafica e sui caroselli con tante scritte. Lì abbiamo dovuto trasporre il nostro modello di informazione visual su una persona che parla e racconta le notizie. Inoltre, anche gli argomenti di tendenza sono diversi su TikTok rispetto a Instagram. Su TikTok per esempio puntiamo molto di più sull'attualità rispetto all'approfondimento più riflessivo e più lungo. Abbiamo notato che temi come sostenibilità e psicologia sono più da Instagram che da TikTok, almeno per una pagina di informazione come la nostra, che è più impersonale rispetto a quella di un creatore indipendente.

#### **Avete anche il vostro sito web dove trattate temi che vanno dalla politica alla scienza, al mondo e alla cultura. Chi è il vostro target di riferimento?**

Il 90% di chi ci segue è under-35, quindi il nostro target di riferimento ha all'incirca 25 anni. Poi il nostro pubblico si divide a metà tra generazione Z (fino ai 25) e Millennial (dai 25 in su). Diciamo però che l'utente tipo è un ragazzo o una ragazza che magari sta finendo l'università o sta iniziando ad approcciarsi al mondo del lavoro, e quindi pensiamo alle sue esigenze anche nella selezione dei temi di cui parliamo.

#### **Factanza l'hai creato con la co-founder Bianca Righini quando eravate ancora studentesse. Dall'idea embrionale a oggi immagino che abbiate superato diversi ostacoli. Quali sono stati e come li avete superati?**

Prima di tutto, avere una start up ed essere molto giovani non è facile in Italia, perché è un mondo in cui le risorse economiche e il monopolio del mercato stanno in mano ad un'altra generazione. Far passare l'importanza di un progetto come Factanza, anche a livello sociale e di rappresentazione, non è stato facilissimo all'inizio. Ha giovato però a nostro favore l'essere sempre state molto convinte e sicure di quello che stavamo facendo, per cui siamo riuscite ad ottenere i primi finanziamenti e questo ci ha permesso di fondare l'azienda. Anche il mondo dell'informazione non è il più facile che esista, infatti anche qui abbiamo dei colossi che governano il mercato e le testate. Ci troviamo spesso a dover portare alto il nome dell'informazione social e far capire che non si tratta di un tipo di informazione di seconda categoria, ma che anzi può essere molto più di qualità rispetto all'informazione digitale più *clickbait* che abbiamo visto proliferare negli ultimi anni.

#### **Oggi da chi è composta Factanza?**

Siamo un team di quattordici persone che principalmente si occupano della parte di produzione dei contenuti, e poi nelle prossime settimane si aggiungeranno anche nuove figure per la parte commerciale, che stiamo ampliando in quanto collaboriamo anche con molte aziende. Abbiamo un team di scrittura e un team di grafica, che collaborano in maniera molto ravvicinata perché i nostri contenuti hanno sempre due chiavi di lettura: quella a parole e quella a immagini. Dietro ad ogni contenuto c'è sempre un lavoro di interpretazione a livello grafico, molto importante perché delinea l'identità di Factanza.

**La vostra comunicazione nasce su Instagram e poi si è evoluta anche su altri canali, inclusi i podcast, che sono molto seguiti. C'è un progetto editoriale che vi ha fatto fare un salto di qualità in termini di visibilità e numero di follower?**

Siamo nate su Instagram e poi ci siamo ampliate sugli altri social e abbiamo anche iniziato a produrre podcast e newsletter. Più che un formato in particolare, ci sono stati dei periodi in cui fare informazione bene era particolarmente importante e che quindi ci hanno permesso di far crescere la nostra community. In primis c'è stato il Covid, quando eravamo ancora una piccola realtà, abbiamo fatto molta divulgazione ed è stato importante per la crescita iniziale di Factanza. Poi c'è stata la guerra in Ucraina, un altro momento in cui tantissime persone hanno iniziato a seguirci perché facevamo un reportage quasi real time di quello che stava succedendo. E poi, in ultimo, le elezioni. Durante questo periodo abbiamo fatto un grande lavoro di analisi sia dei programmi politici, per permettere alle persone di confrontare i punti di tutti i partiti sulle varie tematiche, e abbiamo intervistato direttamente i politici, li abbiamo fatti rispondere tutti alle stesse domande per parlare alla nostra community dei valori fondanti del loro partito e delle posizioni riguardo a determinate tematiche. È stato un momento molto importante perché ha consolidato e ha fatto crescere la nostra community, anche a livello di produzione visto che facciamo pochi video, ed è stata una svolta importante perché ci ha permesso di fare dei formati nuovi e più veri.

#### **A proposito di valori, quali sono i valori di Factanza?**

I valori di Factanza sono quelli che riflettono un po' le esigenze delle nuove generazioni, di cui cerchiamo di essere portavoce e, pur mantenendo un'informazione quanto più apolitica e imparziale possibile, abbiamo un orientamento molto chiaro rispetto a determinate tematiche. La sostenibilità, sia a livello ambientale sia a

livello sociale; la salute mentale e le opportunità intergenerazionali, quindi la possibilità per i giovani di avere accesso a prospettive future, sia a livello culturale che a livello economico, un tema molto sentito e di cui si parla spesso con i termini sbagliati; la diversity inclusion, quindi la parità di genere, i diritti LGBTQIA+ e la sfera dei diritti civili. Poi parliamo anche di progresso, innovazione e delle tematiche scientifiche, di cui oggi serve avere una visione sempre più completa. Su questi temi facciamo tanta informazione e tanta sensibilizzazione.

#### **Recentemente avete pubblicato anche un libro dal titolo *Capire il presente*. Cosa rappresenta questo step nel vostro progetto?**

Questo libro è uscito da poco e l'abbiamo pubblicato con Gribaudo, un brand di Feltrinelli che si occupa di libri un po' più complessi e illustrati. È un libro molto colorato, nel nostro stile. È un libro che serve ad avere una visione più a 360° di alcune tematiche di cui già parlavamo, quindi parità di genere e sostenibilità, ma anche criptovalute ed economia, alcune nozioni di base che servono ad interpretare il presente e anche a stimolare la curiosità delle persone. Non è un'enciclopedia, ovviamente non riusciamo a spiegare di ogni argomento tutto lo scibile umano, però cerchiamo di dare varie pillole su ogni argomento, basate sui dati e sui grafici, in modo tale che poi le persone possano aprire il loro sguardo su queste tematiche, andare ad informarsi e a sviluppare uno spirito critico che magari prima non avevano avuto la possibilità di sviluppare, banalmente perché non erano ancora stati raggiunti da determinate informazioni. Questo è il nostro obiettivo: aiutare le persone ad avere uno sguardo critico sul mondo e su dove si sta dirigendo.



### **Livia Viganò**

Livia Viganò, classe '97, ha 25 anni, vive a Milano e ha studiato Public Management all'Università Bocconi. Durante gli studi ha fondato insieme a Bianca Arrighini Factanza Media, una media company nata per avvicinare i propri coetanei al mondo dell'attualità e delle notizie sfruttando i social. All'interno di Factanza ricopre il ruolo di Chief Operating Officer e si occupa di gestire la linea commerciale e le partnership con le aziende.

Factanza nasce per rivoluzionare il mondo dell'informazione, adattandolo al modo di comunicare delle nuove generazioni. Si occupa di divulgare tutti i giorni sui propri canali social (prevalentemente su Instagram e TikTok) le informazioni fondamentali per essere aggiornati sull'attualità in pochi minuti, con formati creati per catturare l'attenzione e avvicinare i giovani al mondo dell'informazione. La mission di Factanza è avere un impatto reale sulla società, creando una generazione consapevole di quello che succede nel mondo e capace di prendere decisioni libere e informate.