

# Giornali locali in prima linea nella guerra alle fake news

Leonardis: storia e credibilità. Barachini: sostenere l'editori

Il confronto e lo scambio di idee tra giornalisti, editori e addetti ai lavori sono stati i protagonisti della Giornata della comunicazione organizzata da Confcommercio a Roma. Tra i relatori il sottosegretario all'editoria Alberto Barachini e il presidente del gruppo Sae, Alberto Leonardis, che ha sottolineato il ruolo positivo dell'editoria locale.

► Reali a pag. 7

## Informazione corretta e verificata: una garanzia di futuro per i giornali

Giornata della comunicazione a Roma con il sottosegretario Barachini

**Il presidente di Sae  
Alberto Leonardis:  
«La Nuova, Il Tirreno  
e le Gazzette resistono  
per la loro credibilità»**



► di **Ilenia Reali**

**Roma** Il digitale come elemento imprescindibile dell'informazione ma tanto ottimismo per quanto riguarda il futuro della "carta", dei giornali, che rimarranno sinonimo di riflessione, di affezione alla lettura. E anche servizi di comunicazione a 360 gradi, che aiutino a stringere i rapporti coi territori, che raccontino realtà con servizi cuciti su misura, personalizzati e diffusi con al centro le esigenze dei lettori.

**Contro le fake news** Un'informazione che «aiuta a sviluppare quello che avviene nel nostro Paese» e «che contrasta le fake news ripartendo dall'ambito locale, dall'immediatezza nei rapporti», ha sintetizza-

to il presidente del gruppo Sae, editore di questo giornale, Alberto Leonardis.

Il confronto e lo scambio di idee tra giornalisti, editori e addetti ai lavori sono stati i protagonisti della prima giornata della comunicazione organizzata da Confcommercio a Roma su "Social e mainstream: conflitto e integrazione? Processi, contenuti e strumenti nella società dell'informazione" e che ha avuto tra i relatori il sottosegretario all'editoria Alberto Barachini.

**Tenuta democratica** «Abbiamo tutti una frontiera comune che è quella dell'etica», ha detto il sottosegretario che, in linea con gli interventi che lo hanno preceduto, ha convenuto sull'esigenza della «correttezza del finanziamento pubblico a un settore che è fondamentale per la tenuta democratica», per garantire un'informazione verificata e di qualità.

«Si è parlato molto in questi anni di sostenere il servizio pubblico radiotelevisivo ha proseguito Barachini -: so che è corretto, ma è altrettanto corretto conoscere come quei soldi vengano utilizzati. Siamo in un momento interessante, siamo alla frontiera di un nuovo modo di informare e, se è vero che dobbiamo soste-

nere con tutti gli strumenti l'editoria, allo stesso tempo ritengo si debba tornare un po' indietro recuperando autorevolezza

«Cerchiamo insieme - ha proseguito Barachini - di trovare strumenti per sostenere editori e aziende anche portando i giornali nelle scuole, nelle classi. Per questo ci sono fondi del dipartimento utilizzati solo al 30 per cento».

**Sguardo alla scuola** E di giornali e studenti aveva parlato anche lo stesso Leonardis citando il progetto Scuola portato avanti dalla Nuova Sardegna e dal Tirreno oltre al radiogiornale digitale della Gazzetta di Modena. «Crediamo ancora nella carta stampata e nell'editoria», ha esordito il presidente di Sae.

«Il motivo essenziale è legato a un tema etico e morale. Serve un'informazione che contrasta le fake news con la convinzione che l'editoria locale resiste più di altre forme. Resiste per la



credibilità del brand, per la storia delle testate».

«Noi - ha ricordato il presidente Leonardis - abbiamo comprato testate che hanno libertà nel racconto. Ora stiamo andando oltre la carta e il digitale, organizziamo eventi, realizziamo prodotti che raccontano il territorio».

«Stiamo lavorando anche a una scuola digitale, a Sassari, per formare giornalisti e imprenditori e sempre lì siamo pronti per creare un incubatore di start up della comunicazione».

**Bene comune** La gestione dell'informazione non è del resto solo un tema di editori e giornalisti. È un bene da preservare nell'interesse comune.

Ed è per questo la giornata della comunicazione organizzata da Confcommercio e moderata dal direttore di Comunicazione e immagine Sergio De Luca ha avuto come obiettivo la formazione grazie agli sguardi attenti del social media strategist Luca La Mesa, di Francesca Milano di Chora Media per i podcast e del ricercatore Massimiliano Ni-

colini per il metaverso, ma anche lo sviluppo e gli scenari di un settore che cerca un equilibrio tra qualità, etica, redditività ed esigenza di comunicare le rappresentanze.

Di questi temi hanno parlato il direttore del Corriere della Sera Luciano Fontana, il fondatore di Comin Gianluca Comin, il direttore dell'Ansa Luigi Contu, il direttore di The Post Internazionale Giulio Gambino e la direttrice di Qn Agnese Pini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'editore de La Nuova Sardegna: è un tema etico e morale

Abbiamo comprato testate che hanno libertà nel racconto



In alto: rotative in funzione nel centro stampa de La Nuova

Sardegna A destra in alto il sottosegretario Alberto

Barachini e sotto Alberto Leonardis presidente del gruppo Sae