



Il piacere di leggere

## L'informazione di qualità contro le fake dei social

**Antonio Calabrò**

**M**ercanti di verità», scrive Jill Abramson, ex direttrice esecutiva del «New York Times» e professoressa ad Harvard, per raccontare «la grande guerra dell'informazione», **Sellerio**. Una guerra in corso, nel cuore di una lacerante trasformazione del mondo dei media: la carta declina di fronte all'economia digitale, la tv e il web si contendono il tempo dei consumatori, l'editoria tradizionale attenta al «discorso pubblico» e alla «verità dei fatti» si trova spiazzata davanti al supermarket delle notizie (spesso, fake news) e al proliferare delle chiacchiere vocianti sui social che prediligono odio e insulti. La Abramson analizza i cambiamenti concentrandosi sul «New York Times» e sul «Washington Post», ma anche su «BuzzFeed» e «Vice», siti di informazione online di successo. Racconta come i grandi quotidiani Usa abbiano risposto alla crisi cambiando radicalmente stile d'informazione e modelli di business e offrendo ai lettori, su abbonamento, informazione di qualità nei formati digitali. E insiste su un tema chiave: qualunque sia il supporto su cui si legge un giornale, carta stampata o schermo di cellulare o computer, il bisogno di essere ben informati, con serietà e profondità, rimane. Il giornalismo ha ancora un futuro.

Ne è testimone originale Virginia Stagni, giovane manager al «Financial Times», nelle pagine di «Dreamers Who do - Intrapreneurship and Innovation in the Media World», Egea. L'innovazione in corso, per tecnologie, linguaggi, rapporti con il pubblico, strutture aziendali, è sconvolgente. E per continuare a fare informazione di qualità, serve non solo insistere sul valore etico e civile del giornalismo, ma anche fare crescere figure

professionali «ibride» che, usando la grande mole di dati disponibili su caratteristiche e bisogni dei lettori, tengano insieme news e marketing, inchieste approfondite e servizi. Un nuovo business model che, risanando e rilanciando le aziende editoriali grazie anche all'intraprendenza di giovani giornalisti e manager, faccia fronte allo strapotere di Google e Facebook e rimetta al centro «il lettore». Confermando i media come «istituzioni degne di fiducia». Perché è indispensabile essere ben informati, per rilanciare i valori della democrazia politica ed economica, cui anche le nuove generazioni non intendono rinunciare.

Un passo indietro nella storia aiuta a riflettere meglio sull'innovazione. Leggendo «Il Corriere della Sera - Biografia di un quotidiano» di Pierluigi Allotti e Raffaele Liucci, Il Mulino. Il libro dei due studiosi è un documentato e approfondito percorso sulle vicende del giornale di via Solferino, dalla fondazione nel marzo 1876 al 1992: un testimone del tempo, un buon interprete delle trasformazioni ma anche, spesso, un protagonista della storia italiana ed europea, con le scelte editoriali, le cronache, le inchieste, le iniziative culturali e sociali. Foglio conservatore e liberale, è stato portato al successo dall'intraprendenza e dalla passione giornalistica di direttori-editori come il fondatore Eugenio Torelli Viollier e come Luigi Albertini. Ha subito il ventennio fascista e la censura cercando di non farsi travolgere completamente. E, nel dopoguerra, ha interpretato idee e tendenze della borghesia di Milano e del Nord. Con alterne fasi. E una stagione di rinnovamento sotto la direzione di Piero Ottone, prima di essere sconvolto dallo scandalo della loggia massonica segreta P2. Poi, la ripresa e la riconquista di

autorevolezza e dignità. Una storia complessa, che segna profondamente la storia migliore del nostro Paese.

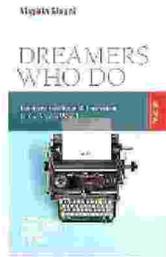
Una delle «firme» principali è stata quella di Indro Montanelli, di cui Alberto e Giancarlo Mazzuca scrivono una brillante biografia, «Dove eravamo rimasti?», Baldini+Castoldi: la straordinaria capacità di scrittura, la cultura curiosa e ironica, il gusto dell'essere bastian contrario da anarchico-liberale, le avventure professionali de «Il Giornale» e «La Voce». E la sua incontestabile attualità: «Una voce caustica, critica, impossibile da ignorare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Jill Abramson**  
**Mercanti di verità**  
SELLERIO



**Virginia Stagni**  
**Dreamers and Innovation in the Media World**  
EGEA



**Pierluigi Allotti**  
**Raffaele Liucci**  
**Il Corriere della Sera - Biografia di un quotidiano**  
IL MULINO



**Alberto e Giancarlo Mazzuca**  
**Indro Montanelli**  
**«Dove eravamo rimasti?»**  
BALDINI+CASTOLDI