

Confronto al Festival della tv di Dogliani

“Così l'informazione ha saputo reagire all'emergenza Covid”

L'EVENTO

MANUELA ARAMI
DOGLIANI

Cos'è successo all'informazione nei mesi della pandemia? Chi ci ha raccontato. E cosa, e come? Su questo tema al Festival della tv e dei nuovi media a Dogliani si sono confrontati ieri, nella giornata conclusiva, il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei ministri con delega all'Editoria Andrea Martella e il direttore di La Repubblica Maurizio Molinari, moderati dal vicedirettore de La Stampa Andrea Malaguti.

Notizie affidabili

«Durante il Covid, i cittadini hanno cercato notizie affidabili e certificate per trovare un aiuto rispetto ai pericoli che stavano vivendo a causa del virus – ha detto Martella -. Anche gli operatori dell'informazione hanno avuto un ruolo fondamentale nel contrastare la pandemia. In un primo momento, tra le filiere del primo decreto non era stata indicata la stampa. Ho iniziato a ricevere messaggi dai direttori dei giornali principali sulla necessità di inserire le edicole tra le attività strategiche per la democrazia e coesione sociale. Da qui

la scelta di non interrompere la produzione dei giornali».

Cambiamento radicale

Molinari ha parlato delle preoccupazioni iniziali legate a questo cambiamento radicale all'interno del giornale. «Ci siamo trovati ad affrontare un'emergenza improvvisa, a come riorganizzare il lavoro, lo spostamento e la presenza dei giornalisti nelle redazioni, la tipografia – ha detto -. Abbiamo corso il rischio di non poter più lavorare. Quando abbiamo saputo che le edicole non correvano rischi, abbiamo fatto grandi sacrifici, ma siamo stati ripagati dalla straordinaria risposta del pubblico per la vendita delle copie. On line abbiamo avuto un boom di vendite senza precedenti. I due beni di prima necessità erano diventati il cibo e i giornali. La scelta del Governo ci ha permesso di evitare il peggio e di migliorare».

E sulla fake news e diritti Molinari ha aggiunto: «Facebook negli Usa ha perso pubblico per il fatto che ha diffuso fake news durante la campagna elettorale del 2016. Una perdita che continua anche oggi, il pubblico non si sente tutelato. Per questo i giganti del web dovranno pagare per tutelare le informazioni». —



Da sinistra, Andrea Martella, Andrea Malaguti e Maurizio Molinari

SILVIA MURATORE

© RIPRODUZIONE RISERVATA

