

Al Giornale di Brescia le notizie hanno le “gambe lunghe”

Pubblicato: Martedì 1 Novembre 2022



In occasione dell'edizione 2022 di Festival Glocal, VareseNews ha deciso di fare una ricognizione sulla stampa locale lombarda, intervistando i direttori di diverse testate impegnate nel racconto delle comunità e dei territori.

Nunzia Vallini è direttrice del [giornale di Brescia](#) dal 2015. Una testata storica che oggi può contare su 50 giornalisti che si dividono tra carta stampata, web e tv.

Come sta andando il suo giornale?

«La mia posizione è un po' quella del dirigente d'azienda: far quadrare i conti non è semplice ed è un dramma che condivido con tutte le altre attività economiche in questo momento. Dal punto di vista giornalistico invece considero questo un momento molto interessante. È innegabile che stiamo vivendo una fase di iperproduzione di contenuti, ma l'esigenza di essere informati resta comunque molto alta. E noi lo facciamo nel migliore dei modi possibili. Ho da sempre un'idea ben precisa del nostro lavoro: dare un senso al servizio che forniamo, spiegare alle persone perché accadono le cose, entrare il più a fondo possibile in quel che succede. Se non diamo un senso a quel che facciamo, lo facciamo malvolentieri e questo è un lavoro che non si può fare senza entusiasmo».

Qual è nel suo giornale la relazione tra locale e globale?

«L'informazione locale non può non tener conto della globalità. E come si affronta la questione? Dipende dalla specificità. Noi abbiamo la radio, la televisione, il web e naturalmente il giornale di carta. La nostra è quindi un'informazione multimediale integrata, con tutto quello che comporta: contratti diversi, diversa gestione delle varie professionalità. Abbiamo, di fatto, un'unica redazione che produce più contenuti che poi vengono diffusi attraverso i nostri canali.

Della redazione fanno parte 40 giornalisti che lavorano al giornale e 10 alla televisione. Io dico sempre che sono le mamme e i papà della notizia, a loro spetta costruire la notizia in modo che possa essere declinata sui vari canali. I nostri giornalisti sono competenti nelle varie materie ma anche nei mezzi.

Il modello al quale io mi ispiro non esiste: è complesso sotto tutti i punti di vista a partire da quello sindacale e contrattuale. L'economia della notizia è, come dire, a lungo termine. Il giornalista che segue una notizia deve già immaginare come potrà essere diffusa da carta, web e dalle televisioni. Sono linguaggi diversi e chi sta al desk è strettamente connesso all'altra struttura, quella della produzione».

Più canali significa maggiori introiti?

«Magari. Qui scoperchiamo un enorme pentolone. Stiamo sperimentando in un mondo che continua a cambiare. Abbiamo fatto dei tavoli multisettoriali coinvolgendo i rappresentanti di tutti i modelli multimediali. Abbiamo parlato molto: prima sembrava fosse importante la quantità di notizie, poi la qualità. La verità è che una strada ancora nessuno l'ha trovata».

La comunità però in questo caso gioca un ruolo fondamentale: dà forza e sostiene, anche economicamente, il giornale...

«Sì senza dubbio. Sulla dimensione locale noi siamo imbattibili. Parlo spesso di “brescianizzazione” ovvero, prendiamo temi ampi, come possono essere le elezioni e diamo una dimensione più locale. Penso ad esempio al periodo dell'emergenza Covid: il nostro giornale ha fornito un aiuto concreto alle strutture sanitarie locale raccogliendo fondi per acquistare mascherine e altri presidi. Questo accade perché abbiamo numeri alti e un brand forte. Ma la vera sfida è sempre la stessa: perché un lettore dovrebbe abbonarsi?

La risposta dobbiamo trovarla noi, nel servizio che offriamo. Sviluppando i progetti che ogni volta ci vengono forniti su un piatto. Penso ad esempio a [Brescia e Bergamo capitale Italiana della cultura 2023](#) (un grande evento per rilanciare l'attrattività e favorire la ripartenza economica dei territori che si declinerà in **oltre 100 grandi progetti ndr**). Ecco lì dovremo mettere in campo i giornalisti competenti nella cultura e dedicarci a produrre notizie, video e approfondimenti su questo grande evento. Occorre, insomma, grande flessibilità, credo che questo potrebbe essere il modello produttivo».

L'ultima domanda è d'obbligo: siete tornati ai social dopo un lungo periodo in cui avevate deciso di abbandonare la piattaforma, responsabile di catalizzare e amplificare la ferocia di alcuni dei vostri lettori. Cosa vi ha fatto cambiare idea?

«Ci ha aiutato Anna Masera, con la quale abbiamo impostato una strategia social. Con lei abbiamo allenato l'intelligenza artificiale e siamo arrivati a un punto tale che da novembre sospendiamo il turno digitale. Abbiamo creato con Socialbeat qualcosa di adatto a noi e impostato degli alert che si attivano sulle risposte “anomale”. A quel punto, ma solo a quel punto, interviene il giornalista per gestire il post. Va detto però che continuiamo a “censurarci” e facciamo comunque una pre-selezione delle notizie da postare su Facebook. Noi non siamo dipendenti dai clic e quando occorre disattiviamo i commenti. Vogliamo stare su Facebook ma scegliamo noi in che modo: certo non alimentando il dibattito divisivo, proprio quello che Facebook sceglie invece di premiare».

Editoriale Bresciana S.p.A. è l'editore del Giornale di Brescia dal 1947.

Nel tempo il Giornale di Brescia si è affermato come punto di riferimento nella vita di una provincia fra le più sviluppate e produttive d'Italia fino a diventare uno dei più importanti quotidiani locali italiani.

Accanto alla tradizionale attività su carta stampata il Gruppo [Editoriale Bresciana](#) ha sviluppato una serie di iniziative – nel mondo della radio, della televisione, della pubblicità e di Internet – tese a fornire risposte adeguate ai sempre più rapidi cambiamenti del mondo dell'informazione.

Risale agli anni '70, con la nascita di Radio Classica Bresciana, il primo impegno radiofonico. Seguiranno, negli anni '90, [Radiobresciasette](#), [Teletutto](#) e [Telenord](#), [Numerica](#), concessionaria di pubblicità di tutti i mezzi del gruppo, e [BresciaOnline](#), portale web di riferimento per l'utenza internet bresciana. Del 2000 l'avvio di un nuovo centro stampa realizzato ad Erbusco (Bs) tramite la società collegata [CSQ Spa](#).

Grazie a queste iniziative il gruppo [Editoriale Bresciana](#) è oggi leader in Brescia e provincia ponendosi come una fra le maggiori realtà nazionali nel settore dell'informazione locale. (fonte [Il Giornale di Brescia](#))

di Ro. Ber.

