

VareseNews

La sfida di Mario Calabresi: “Assumiamo le persone, al posto di cacciarle”

Pubblicato: Venerdì 12 Novembre 2021



Sorride e non commenta, quando dalla platea gli chiedono quando avverrà il sorpasso tra gli iscritti alla sua newsletter e i lettori del suo ex giornale, “La Repubblica”. **Ma per il resto, Mario Calabresi, non nasconde i suoi entusiasmi**, la sua curiosità, le sue visioni e – perché no – anche le legittime ambizioni dei **progetti editoriali** a cui ha dato vita negli ultimi due anni.

Ospite (in collegamento da Roma) **di Glocal, il festival di giornalismo digitale di VareseNews**, Calabresi ha dialogato per settanta minuti con il direttore del nostro giornale, **Marco Giovannelli**, riannodando i fili di un discorso che era nato proprio due anni fa in occasione dell’ultima edizione di Glocal prima della pandemia. **Allora** l’ex direttore di Stampa e Repubblica aveva dichiarato di avere alcune **iniziative in rampa di lancio**, divenute poi realtà tra il 2020 e il 2021.

Realtà **di successo**, perché la newsletter “**Altre Storie**” ha **60mila iscritti** («sognavo di averne 30mila, oggi è una community vivacissima e affezionata») e perché “**Chora Media**”, la società di produzione fondata con altri due soci, «è partita con quattro persone, **oggi ne conta 24 e ce ne servono altre** per portare avanti tutti i lavori che abbiamo in cantiere. Continuiamo a crescere». E proprio parlando di *Chora* che Calabresi si apre a tutto campo, spiegando che «al termine del mio periodo da direttore potevo scegliere diverse strade. **Avevo davanti vent’anni di lavoro** e ho deciso di **inventarmi una cosa nuova**: arrivavo da ristrutturazioni di giornali che erano state molto dolorose per tutti, ho deciso di **cominciare ad assumere persone invece di cacciarle via**. In questo mondo, spesso, sappiamo cosa

non funziona ma molti continuano a fare le stesse cose. Io sto provando a **percorrere una strada diversa, che non conosciamo**: siamo partiti senza sapere se sarebbe andata bene ma intanto ci proviamo. La nostra è una maratona: non mi interessano i tempi sui primi 100 metri, faremo una verifica ogni 10 chilometri».

Tanti, comunque, gli **argomenti trattati** nell'incontro che ha avuto la sua sede fisica nella Sala Campiotti della Camera di Commercio di Varese. Calabresi comincia **parlando della curiosità**: «La citai al mio esame da giornalista e la commissione non apprezzò: per questo nel primo editoriale firmato sulla Stampa ne parlai. La curiosità è l'antidoto al cinismo e **poco importa se è considerata una cosa naif**». E prosegue raccontando come è nato e si è strutturato il **progetto Altre Storie**, in piena pandemia: «Ai miei giornalisti avevo sempre detto di **mettere al centro le persone** nel momento in cui si parla di un argomento. Avevo pensato di toccare un tema alla settimana, raccontato attraverso la vita e la storia di una persona ma durante il primo lockdown scrivevo e inviavo due newsletter a settimana per un totale di sei storie. **Non ho mai lavorato così tanto** come in quel periodo quando mi sono inventato **dirette Facebook con ospiti in luoghi diversi del mondo** per raccontare cosa accadeva in giro mentre tutti noi eravamo per forza di cose concentrate su quel che accadeva nel raggio di pochi chilometri. Dirette che sono arrivate ad avere 160mila persone collegate».

Se la newsletter, oggi, per Calabresi è una sorta di divertimento, **Chora Media invece è il lavoro principale** del 51enne giornalista milanese. «Abbiamo **puntato molto sui podcast** perché sono immersivi, **hanno una grande intimità**. Nel primo, quello con ospite mia mamma Gemma Capra, le ho fatto le domande che le ponevo da bambino: credo che le persone che ascoltano il podcast debbano avere la **sensazione di essere sedute al tavolo con il protagonista**». Tante le esperienze portate avanti con collaborazioni importanti: Marco Damilano, Fiorenza Sarzanini, Paolo Giordano, Nicola Lagioia, Chiara Gamberale, Serena Dandini, Francesca Mannocchi. Da lì sono **gemmate anche nuove possibilità economiche**: «Il vecchio modello fatto di vendita di copie e pubblicità è superato da tempo. Noi abbiamo stretto accordi con le piattaforme come Spotify o Audible e dato strade diverse a seconda dei progetti. **Il prossimo è sulla Costa Concordia con Pablo Trincia**, diventerà un podcast e un libro. La **serie con Selvaggia Lucarelli** invece è nata come podcast, ha avuto grande successo e quindi si è sviluppata diversamente: diventerà anche un libro e un film a dimostrazione che se un contenuto ha forza, poi cammina e diventa anche altro».

[Damiano Franzetti](#)

damiano.franzetti@varesenews.it