

# SHARING MEDIA®

Quotidiano Digitale | Reg. Trib. di Roma nro. 106/2021 del 09/06/2021 | Dir. Resp.: Viola Lala

Editore: SHARING MEDIA SRL - ROC 36886 - REA RM-1640967 - P. IVA IT-16193971005

**Testata periodica telematica internazionale di attualità, politica, cultura ed economia**

**ISP: BT Italia S.p.A. - Via Tucidide 56 - 20134 Milano - Aut. DGSCER/1/FP/68284**



## **Il Media Network Sharing Media Srl**

Le testate giornalistiche del network Sharing Media sono registrate presso la Sezione per la Stampa e l'Informazione del Tribunale di Roma ed in quanto tali permettono di usufruire dell'incentivo statale sugli investimenti pubblicitari. La società è iscritta al ROC – Registro degli Operatori della Comunicazione al Nro. 36886.

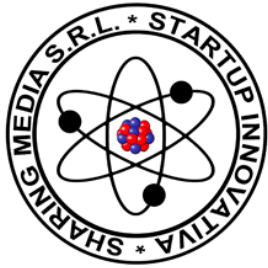


## **Carpincho, simbolo della lotta di classe, indicatore di scelte ambientali, sociali ed urbane**

di Redazione

In Argentina centinaia di esemplari si sono riversati per le strade dell'area residenziale recintata a Nord di Buenos Aires, che prima dell'espansione urbana era il loro habitat naturale, diventando il simbolo della lotta di classe ed indicatore delle scelte ambientali, sociali e urbane del Paese.

Il *carpincho* —così si chiama il simpatico animale in Argentina— ha deciso di riprendersi l'habitat da cui è stato cacciato. Ben oltre 400 esemplari sono tornati tra le curatissime strade del Nordelta in cerca di cibo,



## Start Up Innovativa

Fondata a Roma a maggio 2021, Sharing Media Srl si è costituita come startup innovativa, specializzandosi nell'edizione di libri a marchio editoriale "Edizioni Sharing Media Srl", già registrato presso l'Agenzia ISBN, nell'edizione di testate periodiche online ed offline e nello sviluppo e prototipazione di un innovativo servizio di ottimizzazione delle inserzioni pubblicitarie. «Vogliamo produrre libri che risvegliano le coscienze, per questo l'attività libraria per noi è molto importante», sostiene Viola Lala, amministratrice unica di Sharing Media e direttrice responsabile dell'omonimo Quotidiano "Sharing Media". Il piano d'impresa di Sharing Media prevede un'alta sensibilità allo sviluppo sostenibile e l'adozione di modelli di business orientati all'innovazione sociale.

rovistando nei cassonetti, devastano prati e piante ornamentali e lasciano in giro i propri escrementi.

Non sono mancati incidenti stradali e cani feriti. Alcuni dei residenti sono perfino scesi in strada armati, ma nulla hanno potuto contro questi roditori che possono raggiungere il metro e 30 di lunghezza ed arrivano a pesare fino ad 80 chili.

«Il punto centrale —sostengono gli ambientalisti— non è tanto perché il carpincho sia tornato quanto piuttosto perché sia stato costretto ad allontanarsi».

I sostenitori del simpatico animale accusano le classi più ricche di volere fare i loro comodi a spese dei più deboli.

In un Paese dove il 42% della popolazione vive al di sotto della soglia di povertà, il carpincho è diventato così l'indicatore delle scelte ambientali, sociali ed urbane dell'Argentina.

Un nuovo Che Guevara che si "batte" contro tutte le disuguaglianze e che è presto diventato anche protagonista di miriadi di meme.

«Non è possibile che questi ecosistemi, costituiti da enormi falde acquifere e riserve di biodiversità, non abbiano una legislazione che impedisca che possano essere distrutti dall'industria agricola o da quella immobiliare» commenta l'avvocato Marcelo Álvarez, ambientalista sceso in piazza a favore dei carpincho e della difesa delle ultime zone paludose continentali rimaste in Argentina. Aree che sono state appunto devastate dall'allevamento intensivo di bestiame, dalla coltivazione della soia, e dall'espansione urbana.



# SHARING MEDIA®

Image licensed to SHARING MEDIA® by ICP

# ALEJANDRO GASTÓN JANTUS LORDI DE SOBREMONTÉ SOCIOLOGO & GIORNALISTA PROFESSIONISTA

Attraverso il suo marchio AJCOM®, il giornalista **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte** ([www.aj-com.net](http://www.aj-com.net)) si occupa di portare le aziende ed i professionisti sui media, per renderli visibili, credibili ed autorevoli in Italia ed in molti altri Paesi del mondo.



Ciò che contraddistingue **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte** nel mercato della comunicazione —ed in particolare degli Uffici Stampa— è la forte capacità consulenziale, non limitandosi ad eseguire direttive ma studiando e proponendo le strategie di comunicazione più adeguate per ogni singolo cliente.

Titolare del marchio **AJCOM**, giornalista professionista, sociologo e relatore pubblico, Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte **dal 1989 ad oggi** ha lavorato per le più grandi testate nazionali tra le quali anche i quotidiani IL TEMPO ed IL GIORNALE, i settimanali PANORAMA ed ECONOMY, i mensili CAPITAL ed IN THE WORLD, lavorando anche come *freelance* per numerose testate estere e scrivendo migliaia di articoli in italiano, inglese, spagnolo e francese.

Con il marchio registrato presso il Ministero dello Sviluppo Economico “AJCOM”, **opera dal 2002** nel campo della comunicazione, svolgendo attività di **press officer** e responsabile delle relazioni con i media per conto di società private ed enti pubblici.

Le sue aree di specializzazione includono tutti i settori: dall’ambiente all’energia, dalla moda all’enogastronomia, dal turismo al dating online.

Tra i suoi clienti anche la multinazionale canadese Solar Power Network, la ESCo Avvenia (poi acquisita da Terna), la piattaforma Ener2Crowd, il Delegato del Sindaco di Roma alla Tutela dei Consumatori e degli Utenti e perfino professionisti e sportivi del calibro di Carolina Kostner.

[www.aj-com.net](http://www.aj-com.net)



Dal 2002 AJCOM è il primo Ufficio Stampa Web per Imprese, Enti e Professionisti.

**News Delivery:**  
# 40.000 giornalisti  
# 8.000 influencer

**NewsLetter:**  
#144.000 VIP

**BLOG, VLOG, YouTube,  
Facebook ed Instagram.**



**News Delivery: dalle 40 alle 160 pubblicazioni/mese (oltre ai social).**

Attraverso canali di distribuzione tradizionale e digitale, AJ-Com.Net permette alle aziende ed ai professionisti di far crescere il business aumentando la propria visibilità sui media, sui social e sul web, garantendo risultati misurabili per promuovere prodotti e servizi o per diffondere il proprio pensiero e la propria opera.

Il Target raggiunto per ciascun invio è di oltre **40 mila giornalisti** e di più di **8 mila influencer, blogger e trendsetter**.

I risultati includono dalle 40 alle 160 pubblicazioni/mese, il 90% delle quali sui media online ed il restante 10% sui media cartacei, radio e tv, con un incremento anche della visibilità nei motori di ricerca (SEO), della percezione del prodotto o servizio (BRAND AWARENESS) e quindi anche delle vendite.

Dopo ciascun invio viene fornito un report con i link ai siti che hanno pubblicato gli articoli e successivamente una Rassegna Stampa mensile in formato PDF.