



Giornalisti in Facoltà/3, 2002-2003

This is a pre print version of the following article:

Original:

Cherubini, D., Pratesi, R. (a cura di). (2004). Giornalisti in Facoltà/3, 2002-2003. SIENA : Cantagalli (Studi e ricerche del Dipartimento di Scienze giuridiche, politiche e sociali dell'Università di Siena).

Availability:

This version is available <http://hdl.handle.net/11365/36933> since 2024-01-26T14:44:32Z

Publisher:

Cantagalli (Studi e ricerche del Dipartimento di Scienze giuridiche, politiche e sociali dell'Università di

Terms of use:

Open Access

The terms and conditions for the reuse of this version of the manuscript are specified in the publishing policy. Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license.

For all terms of use and more information see the publisher's website.

(Article begins on next page)

GIORNALISTI IN FACOLTÀ/3

A.A. 2002-2003

a cura di

DONATELLA CHERUBINI

con la collaborazione di

RICCARDO PRATESI

COLLANA «STUDI E RICERCHE»

DIPARTIMENTO DI SCIENZE GIURIDICHE POLITICHE E SOCIALI
DI GIPS

2004

INDICE

INTRODUZIONE di Donatella Cherubini.....

Elenco delle “Iniziative su temi specifici”.....

Mario De Gregorio, *Biblioteca Comunale degli Intronati, Siena*....

Gianni Tiberi, *La Nazione, Siena*.....

Daniele Redaelli, *La Gazzetta dello Sport*.....

Enrico Zanchi, *Consiglio Regionale Toscano*, Marco Palocci, *Il Sole
24 ore*.

Antonio Dipollina, *La Tele*.....

Emanuele Giordana, *Lettera 22*.....

Gianni Lucarini, *Giornale radio, Rai Internet*.....

SCHEDE BIOGRAFICHE.....

APPENDICE:

Documento 1 : *Programma del Corso ex- lege 150/2000 attivato presso la Facoltà
di Scienze Politiche dell’Università degli Studi di Siena (settembre-dicembre 2003)*
.....

Documento 2 : *Elenco degli iscritti al Corso ex- lege 150/2000 attivato presso la
Facoltà di Scienze Politiche dell’Università degli Studi di Siena (settembre-dicembre
2003)*.....

Documento 3: *Dalla Legge Mammi alla Legge Gasparri*, a cura di Nicola
Vasai.....

MARZO-MAGGIO 2003

INIZIATIVE SU TEMI SPECIFICI

- *I giornali come fonti della storia contemporanea.* Visita all'Emeroteca della Biblioteca Comunale degli Intronati (20 marzo, ore 12-14)

- *Il mestiere di cronista.* Visita alla redazione senese della *Nazione* (27 marzo, ore 12-14)

- *24 ore in una redazione sportiva: modi tempi e luoghi di una giornata-tipo alla Gazzetta dello Sport.* Incontro con Daniele Redaelli, Caporedattore della *Gazzetta dello Sport*, con un intervento di Riccardo Pratesi (3 aprile, ore 12-14)

- *Solo pubblicisti negli Uffici stampa: un mestiere in costante evoluzione. Il caso del Consiglio Regionale Toscano e della Camera dei Deputati.* Incontro con Enrico Zanchi, già responsabile del Servizio informazione e comunicazione del Consiglio Regionale Toscano e Marco Palocci, *Il Sole 24 Ore* (10 aprile, ore 12-14)

- *Diamo i voti alla Tv.* Incontro con Antonio Dipollina, *La Tele*, con un intervento di Riccardo Pratesi (15 maggio, ore 12-14)

- *Le crociate del nuovo millennio e il ruolo dell'informazione,* Presentazione del volume *Il Dio della guerra.* Incontro con Emanuele Giordana, *Lettera 22* (22 maggio, ore 12-14)

- *"Vedere" la radio su Internet.* Incontro con Gianni Lucarini, *Giornale radio, Rai Internet*, con un intervento di Elisabetta Tanini (29 maggio, ore 12-14)

Introduzione

Per il terzo anno consecutivo, la Collana «Studi e Ricerche» del Dipartimento di Scienze storiche, giuridiche, politiche e sociali accoglie un volume intitolato *Giornalisti in Facoltà* e promosso su iniziativa della Cattedra di Storia del giornalismo della Facoltà di Scienze Politiche¹.

Come di consueto, si tratta della riproduzione pressoché integrale di conferenze tenute da giornalisti e altri professionisti del mondo dell'informazione, nell'ambito di una più ampia serie di *Iniziative specifiche* affiancate alla regolare attività didattica². Ho già diffusamente chiarito nelle precedenti edizioni che si tratta di una scelta fondata sulla volontà di offrire agli studenti un confronto diretto con le problematiche più attuali del settore. Nonostante i tanti cambiamenti in corso negli ordinamenti didattici delle Università italiane, il giornalismo infatti rimane un tradizionale sbocco lavorativo per i laureati in Scienze Politiche.

Grazie a tale scelta, in questi anni intorno alla Cattedra di Storia del giornalismo si è venuto creando un gruppo di preziosi collaboratori – che operano sia a Siena sia in ambito nazionale – i quali muovono da esperienze professionali differenziate, dimostrando tutti di saper stimolare negli studenti un interesse e una esigenza di approfondimento testimoniata dalle puntuali ed incisive domande che chiudono ogni conferenza.

Sia agli ospiti che agli stessi studenti sono quindi grata per quanto riescono ad offrire al mio Corso, così come lo sono nei confronti del Senato accademico dell'Università di Siena per il contributo finanziario, del Preside della Facoltà per il sostegno a questa attività, del Direttore del Dipartimento per la pubblicazione del volume, del Presidente della Giunta della Didattica per il riconoscimento dei crediti per attività di *stage*.

¹ Cfr. *Giornalisti in Facoltà, 2000-2001*, a cura di D. CHERUBINI, Siena, Dipartimento di Scienze storiche, giuridiche, politiche e sociali, Edizioni Cantagalli, 2002; *Giornalisti in Facoltà/2, 2001-2002*, a cura di D. CHERUBINI, Siena, Dipartimento di Scienze storiche, giuridiche, politiche e sociali, Edizioni Cantagalli, 2003.

² In particolare mi riferisco alle esercitazioni nell'Aula informatica della Facoltà, che comprendono sia una parte direttamente curata da me sull'informazione in Rete e sul giornalismo *on line*, sia una parte curata da Mario De Gregorio sull'editoria *on line*.

Le conferenze dei *Giornalisti in Facoltà* sono dunque una occasione di apertura verso la realtà dell'informazione del nostro paese (e non solo) con un approccio volutamente informale che garantisce una più spontanea partecipazione del *pubblico*, senza alcuna pretesa di esaurire i temi trattati in modo sistematico. È pur vero tuttavia che nel corso degli anni intorno ad esse si sono venute sviluppando e articolando numerose altre iniziative, che pur muovendo tutte dall'attività didattica del Corso di Storia del giornalismo hanno poi trovato una propria autonoma motivazione e attrattiva per i giovani, talvolta anche al di là della nostra Facoltà e del nostro Ateneo.

Innanzitutto, il crearsi di una rete di rapporti con gli «addetti ai lavori» nel giornalismo di Siena e della sua provincia, ha favorito lo svolgersi di numerosi *stage* degli studenti della Facoltà di Scienze Politiche presso redazioni di giornali, Uffici stampa pubblici e privati, agenzie di stampa e altri ambiti direttamente collegati con la comunicazione e l'informazione. Inizialmente si è trattato di una attività che si inseriva in quella precoce attenzione dell'Università di Siena ai rapporti con il mondo del lavoro, che fin dalla metà degli anni '90 ha visto l'entrata in vigore di uno specifico Regolamento d'Ateneo per gli *stage*, esteso anche ai laureati per 18 mesi dopo la discussione della tesi. Dopo l'entrata in vigore della riforma universitaria – che come è noto prevede uno specifico riconoscimento di crediti per l'attività di *stage* - l'interesse e la partecipazione degli studenti sono ulteriormente aumentati, coinvolgendo decine di *stagisti* nel settore dell'informazione.

Inoltre, a partire da quest'anno, la stessa partecipazione alle conferenze, integrata da altre attività e in primo luogo dalle esercitazioni nell'Aula informatica, è stata ufficialmente riconosciuta come *stage*. Risulta cioè corrispondente allo scopo di “agevolare le scelte professionali mediante la conoscenza diretta del mondo del lavoro e realizzare momenti di alternanza tra studio e lavoro nell'ambito dei nuovi processi formativi attivati dalla riforma universitaria”, come previsto dalla normativa sulle Convenzioni di *stage* o tirocinio curriculare. Si prevede così che entro il 2004 siano circa un centinaio gli studenti che avranno svolto *stage* in collegamento con la Cattedra di Storia del giornalismo.

Parallelamente, tra i tanti temi affrontati nelle conferenze, particolare rilevanza ha assunto quello degli Uffici stampa nelle Pubbliche amministrazioni, per merito di uno stretto collaboratore come Enrico Zanchi affiancato da Marco Palocci³. Al termine dell'anno accademico 2002-2003, presso la Facoltà di

³ Cfr. M. PALOCCI, *L'Ufficio stampa della Camera dei Deputati*, in *Giornalisti in Facoltà, 2000-2001*, cit., pp. 67-76; ID., *Il giornalismo economico e l'informazione on line*, in *Giornalisti in Facoltà/2, 2001-2002*,

Scienze Politiche di Siena si è così organizzato un Corso strutturato sulla base dei requisiti richiesti dalla Legge 150/2000⁴ (*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione nelle Pubbliche amministrazioni*), che ha avuto il patrocinio del Consiglio dell'Ordine dei giornalisti della Toscana e ha visto il diretto coinvolgimento di quasi tutti gli ospiti dei *Giornalisti in Facoltà*⁵.

Con la Legge 150/2000 e poi con il suo Regolamento attuativo si è avviato un percorso, il cui scopo principale dovrebbe essere quello di dare un nuovo impulso alla preparazione e all'aggiornamento di chi lavora negli Uffici stampa delle Pubbliche amministrazioni. Purtroppo è altrettanto nota la difficile integrazione delle esigenze, dei tempi, talvolta addirittura delle scelte semantiche e non solo di contenuti, tra la burocrazia da un lato, e la realtà dell'informazione, dall'altro, con un Ordine professionale che secondo alcuni giudizi ne tutela i percorsi lavorativi, e secondo altri finisce per coprirne le istanze corporative.

Se su queste tematiche il dibattito in Italia è stato spesso assai tormentato, da parte nostra abbiamo inteso l'organizzazione di un Corso ex-150 non come una mera *sanatoria* del personale coinvolto, bensì come una importante tappa verso una più organica, costante, articolata e *aggiornata* formazione nel *settore pubblico, ma anche in quello privato*. Prova ne sono state le caratteristiche dei 28 iscritti di Siena, provenienti da Uffici stampa pubblici e privati di quasi tutta la Toscana⁶: i *curricula* altamente qualificati, i variegati percorsi lavorativi, le alte aspettative, la volontà di arricchire la propria esperienza professionale, ma anche culturale e deontologica, pur talvolta nella difficoltà di trovare risposte adeguate e *certe* per il futuro.

Al di là della prestigiosa partecipazione di operatori del settore pubblico e privato, è stato per me fondamentale impostare il Corso muovendo dal *diritto all'informazione* per investire la *formazione professionale*. Indubbiamente il punto di partenza va rintracciato nell'evoluzione della Pubblica amministrazione negli ultimi 50 anni, ovvero nel cambiamento della *normativa*, delle *strutture e degli uffici*, e infine della *mentalità stessa dei pubblici funzionari e impiegati*. Il nuovo ruolo della Pubblica amministrazione è così oggi collocato in un quadro europeo di sviluppo tecnologico e di informatizzazione, nonché in un rinnovato rapporto tra amministrazioni e cittadini. E in tale ambito, risulta centrale e nevralgico l'intreccio tra *diritto di partecipazione, di informazione e di accesso agli atti amministrativi*.

Sulla base di questi presupposti, il Corso ha quindi visto uno stretto intreccio tra interventi di veri e proprie «addetti ai lavori» e docenti universitari,

cit. , pp. 49-60; E. ZANCHI, *Gli Uffici stampa delle Pubbliche amministrazioni*, in *Giornalisti in Facoltà, 2000-2001*, cit., pp. 57-65; ID., *Come lavora un Ufficio stampa*, in *Giornalisti in Facoltà/2, 2001-2002*, cit. , pp. 61-68.

⁴ Cfr. *La normativa nazionale e regionale sugli Uffici stampa nelle Pubbliche amministrazioni*, a cura di S. PRATICÒ, in *Giornalisti in Facoltà/2, 2001-2002*, cit.

⁵ Cfr. Appendice, Documento n. 1

⁶ Cfr. Appendice, Documento n. 2

con particolare attenzione alle esercitazioni pratiche, agli aspetti tecnologici e al parallelo tra i linguaggi dei *media* in Italia e nel mondo anglosassone.

Si è trattato quindi di una esperienza altamente positiva, che è tornata ad intrecciarsi con l'attività della Cattedra di Storia del giornalismo anche perché alcuni laureandi – già *stagisti* e poi a vario titolo occupati nel settore dell'informazione - hanno seguito il Corso *ex-150*. Si è confermato così l'impegno per una formazione universitaria che si integrasse con gli interessi e le aspirazioni professionali degli studenti, a cui ho prestato particolare attenzione soprattutto grazie agli stimoli del mio laureato e poi collaboratore Riccardo Pratesi, che anche quest'anno ha dato il proprio contributo alle conferenze e a questo volume⁷.

Prima di passare ad una breve sintesi degli interventi qui raccolti, è per me d'obbligo una precisazione che si collega a quelle caratteristiche di *informalità* a cui prima mi riferivo. La scelta di limitare gli interventi di revisione dei testi ancora una volta vuole sottolineare il carattere di *testimonianza personale* per ogni singola conferenza. Da parte mia, ho comunque sempre provveduto a discutere con gli studenti proprio su questo aspetto, sottolineando la necessità di collocare le singole opinioni dell'ospite di turno in un più vasto dibattito, a cui egli porta appunto un contributo personale e talvolta anche giudizi severi scaturiti dalla propria specifica esperienza lavorativa. Del resto, la delicata realtà del sistema dell'informazione nel nostro paese non può non riflettersi nelle singole vicende di chi lavora al suo interno. L'iniziativa dei *Giornalisti in Facoltà* promossa dalla Cattedra di Storia del giornalismo intende così semplicemente *documentare* alcuni dei tanti spaccati esistenti nel mondo dell'informazione, con l'auspicio di favorire ulteriori approfondimenti in diversi ambiti disciplinari, con gli opportuni arricchimenti bibliografici e con un più completo riferimento a tutto il contesto in cui tali spaccati si inseriscono.

Un importante contributo per un effettivo approfondimento sul piano scientifico emerge chiaramente dal primo degli interventi, che riproduce la lezione tenuta da Mario De Gregorio durante la ormai *tradizionale* visita degli studenti del Corso di Storia del giornalismo alla Biblioteca Comunale degli Intronati. Con la preziosa collaborazione del Direttore e del personale, questa visita consente di passare in rassegna gli originali della raccolta di periodici senesi, italiani e esteri dal '700 a oggi, che per la sezione cittadina è inoltre ormai documentata anche attraverso una utilissima collezione di CD Rom⁸. Grazie alla competenza scientifica di Mario De Gregorio – bibliotecario, pubblicitista, esperto di storia dell'editoria e autore di numerosi saggi sull'argomento - quest'anno ci si

⁷ Cfr. anche R. PRATESI, *Da studente a giornalista: nota sui Giornalisti in Facoltà*, in *Giornalisti in Facoltà/2, 2001-2002*, cit., pp. 15-18.

⁸ Cfr. M. DE GREGORIO, *I CD Rom dei giornali e periodici senesi della Biblioteca Comunale di Siena*, in *Giornalisti in Facoltà/2, 2001-2002*, cit., pp. 21-32.

è soffermati sia sul significato, le caratteristiche, il ruolo della biblioteca nella società moderna e contemporanea, sia sul suo rapporto con l'informazione, la conservazione dei periodici, e quindi anche con la Storia del giornalismo.

Un'altra tradizionale visita è poi quella alla sede senese del quotidiano *La Nazione*; gli studenti possono così conoscere direttamente i modi e i tempi di lavoro nella realizzazione della pagina locale di un giornale. Tutta la redazione viene coinvolta, mentre il responsabile Gianni Tiberi illustra personalmente le tecniche e i cambiamenti intercorsi negli ultimi anni, con riferimento al caso specifico del suo giornale. E ciò emerge dall'intervento qui riprodotto, ripreso dalla precedente edizione dei *Giornalisti in Facoltà*.

Passando poi ai veri e propri interventi dei "giornalisti in Facoltà", secondo un'altra consolidata abitudine il primo è riservato a Daniele Redaelli, caporedattore della *Gazzetta dello Sport*. Con il consueto entusiasmo e con grande capacità comunicativa Redaelli ha offerto una efficace descrizione del lavoro nella sua redazione, integrato dall'esperienza diretta di Riccardo Pratesi, che alcuni anni fa vi svolse uno *stage*, in seguito risultato fondamentale per la sua esperienza lavorativa.

Segue poi la conferenza che Enrico Zanchi e Marco Palocci hanno dedicato agli Uffici stampa nelle Pubbliche amministrazioni, con un articolato confronto tra le istituzioni nazionali e gli Enti locali. Grazie alla loro personale esperienza, rispettivamente presso il Consiglio Regionale Toscano e presso la Camera dei Deputati, Zanchi e Palocci hanno tra l'altro sottolineato l'evoluzione dei rapporti tra cittadini e Pubbliche amministrazioni, le caratteristiche di una società come la nostra, dove emerge sempre più forte la necessità di far notizia influenzando così anche l'attività degli Uffici stampa, l'importanza delle innovazioni tecnologiche nell'informazione e nella comunicazione e infine il rapporto tra chi opera negli Uffici stampa e gli altri giornalisti.

Nell'incontro con Antonio Dipollina – critico televisivo sempre ironico e graffiante – è emerso soprattutto il tema della programmazione di intrattenimento nella Tv italiana dei nostri giorni. E gli studenti hanno incalzato l'ospite con interventi particolarmente incisivi, sollecitati dalla sua ricostruzione della progressiva e di fatto inarrestabile involuzione in corso nei contenuti della televisione sia pubblica che privata.

La stessa attiva partecipazione si è poi avuta nella conferenza di Emanuele Giordana – esperto di politica internazionale con una formazione culturale e una esperienza professionale alquanto originali. Oltre a presentare un suo volume sull'effettivo ruolo della religione in tanti dei conflitti oggi in corso nel mondo, Giordana ha analizzato i rischi di una informazione di guerra non corretta e obiettiva soffermandosi sui temi non strettamente militari ad essa connessi, primo tra tutti quello degli aiuti umanitari.

Infine Gianni Lucarini – coordinatore del sito Internet del Giornale radio Rai e docente alla Scuola di giornalismo della Università Luiss di Roma - ha descritto il proprio passaggio dal giornalismo della radio a quello multimediale, illustrando poi i tempi e i modi del suo lavoro odierno. Ad affiancarlo è intervenuta la giornalista di Radio Rai Elisabetta Tanini, che ha saputo rivolgersi in modo diretto e partecipato agli studenti di poco più giovani di lei.

Le parole conclusive di Lucarini di fatto hanno rispecchiato lo spirito di tutte le nostre iniziative: con la sua ricca esperienza nell'ambito di un giornalismo basato sulle nuove tecnologie, ha infatti ribadito l'importanza della formazione universitaria per chi voglia fare informazione in modo corretto e davvero professionale: in sintesi, stare al passo con i tempi ma non dimenticare di dare una solida base culturale al proprio *mestiere*.

Mario De Gregorio

BIBLIOTECA PUBBLICA E GIORNALI.

Va precisato subito che in realtà dovremmo parlare di «Biblioteca pubblica e periodici», perché i giornali - e per quello di solito intendiamo i quotidiani (anche se non tutti i giornali sono quotidiani) - fanno parte della categoria più generale dei periodici. E parleremo soltanto di periodici cartacei, lasciando da parte quelli elettronici che presentano tutta un'altra serie di problematiche relative al trattamento e alla conservazione nelle biblioteche.

Cerchiamo prima di tutto di definire i due termini della questione.

Cos'è una biblioteca pubblica:

Non è facilissimo dare una risposta univoca. Almeno in Italia la definizione è ancora piuttosto vaga. Ciò si giustifica con la diffusione di questa nozione soltanto in anni recenti (in misura notevole soltanto nell'ultimo quarto di secolo), in maniera irregolare sul territorio e in certe regioni ancora in misura assai scarsa. Persiste insomma nel nostro paese la precaria conoscenza delle caratteristiche essenziali di una biblioteca pubblica, cioè

- la libertà d'accesso e d'uso
- la gratuità dei servizi fondamentali

Per il relativo Manifesto UNESCO la biblioteca pubblica è l'organismo della comunità che garantisce l'accesso a ogni tipo di informazione a tutti i cittadini «senza distinzione di età, razza, sesso, religione, nazionalità, lingua e condizione sociale» e promuove in tutte le fasce di età l'interesse, l'abitudine e la passione per la lettura e per la conoscenza.

Va detto che anche l'attributo «pubblico», pur nella sua apparente semplicità e immediatezza, pone qualche difficoltà. Per esempio il termine, riferito alle biblioteche dei secoli XVII e XVIII, dove pure viene usato, ha un significato profondamente diverso.

Diciamo che, grosso modo, la nozione di «biblioteca pubblica» si è venuta diffondendo in Italia a partire dagli anni '60 del Novecento sull'onda dei primi contatti con la realtà bibliotecaria anglosassone, la cosiddetta «free library», e successivamente, sia pure con molta fatica, abbia trovato spazi in una realtà

italiana egemonizzata dalla presenza di biblioteche storiche e da un immaginario collettivo che guardava in genere alle strutture bibliotecarie con un misto di rispetto, diffidenza e timore. Gli stessi operatori delle biblioteche in realtà non facevano molto per scardinare questa immagine. E se a tutto questo aggiungiamo la politica nei confronti della lettura e delle biblioteche attuata dai vari governi succedutisi alla guida del paese dopo l'Unità avremo un quadro abbastanza definito di una situazione italiana della pubblica lettura che vedeva nel periodo postunitario anche la consistente presenza di «biblioteche popolari».

Questo per una definizione «estrinseca», in qualche modo politica della biblioteca pubblica.

Per schematizzare diremo che la biblioteca pubblica è in questo senso:

- *Luogo*. È appropriato oggi considerare la biblioteca pubblica come uno *spazio separato e segregato*, in quanto anche per essa come per altri servizi pubblici vigono condizioni particolari di accesso (es. gli orari di apertura).

- *Funzione*. Rivolta a favorire la lettura e la diffusione della cultura.

- *Servizio*. La biblioteca pubblica è un servizio di base e un primo punto d'accesso del cittadino all'informazione e alla documentazione. Sostiene la formazione del cittadino per tutto l'arco della vita, costituisce un punto di riferimento per le diversità culturali e allo stesso tempo contribuisce ad accrescere la consapevolezza dell'eredità culturale e a trasmetterla alle generazioni future, svolgendo servizi di documentazione sulla realtà locale cui fa riferimento.

Per una definizione «intrinseca»:

Nella sostanza, da un punto di vista tecnico, una biblioteca pubblica è «un sistema di raccolta, organizzazione, trattamento, mediazione ed utilizzo delle informazioni e dei documenti» (*La biblioteca pubblica tra tradizione e innovazione*, Venezia, Università Ca' Foscari, 2002, p.3).

Da un punto di vista più generale, tentando in questo contesto una definizione di carattere teorico, potremmo definire la biblioteca pubblica come «un deposito attivo e organizzato di memoria».

Qual'è la differenza con altri depositi della memoria e della scrittura?

Prendiamo come termine di comparazione l'archivio.

Archivio: complesso organico di documenti in relazione diretta con il proprio soggetto produttore.

Biblioteca: complesso organizzato di documenti non legato nei diversi elementi che la compongono da un rapporto storico o causale con il proprio soggetto produttore.

Sostanzialmente tra archivio e biblioteca pubblica gli elementi di distinzione sono:

- il rapporto della documentazione con l'autore (soggetto produttore)
- il fine che anima la produzione della documentazione (pratico-sociale per gli archivi, strumentale per le biblioteche)

Che cos'è un periodico:

Difficile anche qui dare una definizione univoca perché si tratta di una forma di comunicazione storicamente mutevole e di materiali estremamente eterogenei.

Comunque ci si potrebbe mettere d'accordo su una definizione di questo tipo:

Il periodico è uno strumento redatto da un singolo o da un gruppo come forma permanente e ripetitiva di informazioni.

A questo punto dovremmo chiederci che cos'è l'*informazione*:

«L'informazione è un principio ultimo, indefinibile o intuitivo, la cui precisa definizione sembra sempre, in qualche modo, scivolare attraverso le dita come un'ombra» (L. L. GATLIN, *Information theory and the living system*, New York-London, 1972).

La definizione di informazione ha una caratterizzazione di tipo essenzialmente applicativo che distingue tre livelli in cui l'informazione stessa si articola:

- simbolico (come si manifesta)
- semantico (quale significato trasporta)
- pragmatico (quali ne sono gli effetti)

Quindi la Biblioteca come deposito organizzato di periodici, parte a loro volta di un sistema organizzato di memoria, sintetizza due elementi che sembrano sinonimi ma non lo sono completamente: *Informazione* e *Conoscenza*, cioè sapere e trasmissione del sapere

Prendiamo in esame solo il primo termine e prendiamo in esame una soltanto delle forme in cui si manifesta tradizionalmente l'informazione, cioè i giornali.

Possiamo considerare il giornale sotto due aspetti fondamentali:

- come *Oggetto* (fisico, ma a questo punto anche virtuale)
- come *Memoria* (cronaca immediata destinata a diventare memoria nel momento in cui la cronaca diventa passato)

Qual è il ruolo della Biblioteca pubblica nei confronti dei giornali?

Nella sostanza la Biblioteca attua due operazioni:

- Raccoglie e organizza l'oggetto giornale
- Enfatizza il valore di memoria dell'oggetto giornale

Si tratta di due elementi distinti collegati da:

- Organizzazione della sequenzialità (fisica, cronologica, ecc.)
- Rinvio ad altri materiali bibliografici e documentari (e virtuali)

La presenza organizzata di giornali all'interno di una Biblioteca pubblica pone anche due domande:

- è possibile una storia dei giornali all'interno di una biblioteca?
- è possibile una storia del giornalismo?

Nel primo caso la risposta è assolutamente positiva. Anzi la storia di uno o più giornali è favorita all'interno di una Biblioteca dall'organizzazione biblioteconomica della sequenzialità.

Nel secondo caso diremo che è possibile solo in parte, perché si tratta anche della storia di una professione. E soprattutto perché la storia del giornalismo è storia del potere dell'informazione.

È qui che andrebbe introdotto un discorso relativo al rapporto tra giornali e opinione pubblica.

La storia del giornalismo è infatti storia di uomini e strumenti che hanno dato voce all'opinione pubblica, cioè alla consapevolezza di poter orientare, sulla scorta di singoli avvenimenti, masse di lettori o di «ascoltatori».

Siamo insomma al rapporto, al nesso inscindibile, giornalismo-politica, cioè, nella sostanza, al concetto di «formazione del consenso».

Riassumendo potremmo pensare ad uno schema stellare a quattro punte in cui giornali sono collegati al concetto di informazione, quindi a quello di opinione pubblica e alla politica.

Questo schema inizia ad essere riconoscibile di fatto con l'età moderna. Con la diffusione della stampa a caratteri mobili e con la perdita del carattere di attività riservata ad un'oligarchia ristretta e alle corti e con l'irrompere sulla scena politica della borghesia si impone la necessità di nuovi strumenti per favorire l'informazione e la partecipazione.

In questo quadro la storia dei giornali e del giornalismo è qualcosa di complesso che fa riferimento a diversi ambiti:

- Storia della tecnica
- Storia degli strumenti
- Storia del periodico
- Storia sociale
- Storia politica
- Storia delle istituzioni

E veniamo alla Biblioteca e ai suoi materiali periodici che ci interessano più da vicino:

Gli antenati dei giornali moderni sono:

- Avvisi manoscritti
- Canards
- Corantos
- Diurnall
- Pronostici e lunari
- Almanacchi e calendari
- Gazzette
- Giornali letterari

Poniamo l'attenzione sui materiali che sono conservati nella Biblioteca di Siena e che ci riconducono ai primordi dell'espressione giornalistica. Teniamo presente che con l'avvento della stampa, a metà del secolo XV, non aumenta soltanto la circolazione della cultura dotta, fino a quel momento veicolata dai manoscritti, ma si crea un nuovo genere di espressione letteraria, il libro popolare, che, agendo all'interno di un circuito commerciale del tutto differenziato rispetto al libro colto, per alcuni secoli va a costituire l'unico supporto scritto della cultura delle classi inferiori.

Alcune di queste pubblicazioni a carattere popolare, già dal secolo XVI acquistano un carattere periodico. Sono i calendari, i lunari, gli almanacchi.

Calendari. Sono gli elementi minimi di questo genere periodico. Fatto di segni e figure, il calendario prevede poche pagine, l'inesistenza di una rilegatura o una rilegatura quantomai precaria, e la vendita da parte di ambulanti. Scandisce la vita del lettore essenzialmente sulla base delle festività cristiane e offre l'esempio dei santi del giorno per proporre modelli di comportamento quotidiani ad una società prevalentemente a carattere agrario e non alfabetizzata.

Lunari. Rivolti in primo luogo ad un *target* di lettori di ambito prevalentemente agrario aggiungono al calendario le fasi lunari e le posizioni

degli astri, tessendo un progetto educativo che va al di là dell'organizzazione della vita religiosa del lettore per invadere il campo dell'organizzazione del lavoro e della stessa vita privata. Qualche previsione astrologica, certo sempre compatibile con un contesto di formazione cristiana, va ad affiancare le elementari informazioni astronomiche che, almeno fino alla seconda metà del secolo XVIII, ignorano pervicacemente le teorie di Copernico e Galileo.

Almanacchi. È la forma più articolata di questo genere di produzione periodica degli inizi. L'almanacco rappresenta l'incontro tra la tecnologia della stampa e un contenuto testuale che non si identifica più solo con la riproduzione passiva di una cultura tradizionale religiosa e classica ma presenta diversi elementi di novità. Pure in forma embrionale vi compare una cultura della notizia che guarda all'utilità sociale dell'informazione. Soprattutto nell'almanacco seicentesco si riscontra il progressivo arricchimento di questo tipo di forma editoriale, che porta l'almanacco a costituire lo strumento più diffuso di approccio di cultura media e popolare all'informazione. L'almanacco arricchisce di fatto l'ossatura del lunario, lasciando spazio a brani di storia sacra e profana, ad elementi di cronologia ed agiografia, a vite di principi, storie edificanti, tabelle di prezzi e monete, fermate di posta, orari di carrozze. Nasce allora in qualche misura il giornalismo «di servizio», indotto dalla capacità di alcuni «professionisti» sempre meglio precisati e identificabili, di organizzare l'informazione, di selezionare le notizie e di «orientare» il lettore. Anche quello non alfabetizzato. L'almanacco insomma costituisce il primo passo verso la definitiva «professionalizzazione» dell'informazione.

Gazzette. Lunari e almanacchi hanno uno spazio di diffusione privilegiato nelle campagne. Nelle città convivono fin dalla metà del Cinquecento, con «fogli volanti» che annunciano fiere e mercati, imprese militari e matrimoni reali, prezzi di merci e arrivo di navi. Quello del «gazzettiere» diventa presto un mestiere. L'evolversi degli «avvisi» verso forme più sofisticate di stampa e l'allargamento dell'ambito di intervento dell'informazione ai vari aspetti della realtà sociale e politica creano infatti una serie di figure volte esclusivamente a reperire notizie in vario modo e a curarne la pubblicazione e la diffusione. Le gazzette nascono nel corso del secolo XVII, quando il controllo dell'informazione comincia a diventare un problema centrale nella politica dei governi. Sono strumenti periodici nei quali le notizie non sono gerarchizzate e sono allocate senza commento. Si diffondono in maniera corposa soprattutto nella seconda metà del Seicento, quando quasi tutte le città di grandi dimensioni si troveranno ad ospitare la redazione di una gazzetta. Nella seconda metà del Settecento e nel periodo napoleonico, assisteremo all'abbandono da parte delle gazzette di quel modello di

informazione neutrale che le aveva contraddistinte fino ad allora, in favore di un'evoluzione che le vedrà acquisire progressivamente alcuni caratteri tipici del giornale moderno.

Giornali letterari. Nascono negli anni '60 del secolo XVII e hanno l'obiettivo di orientare i lettori nella produzione libraria europea, che sta conoscendo in quel periodo un periodo di forte espansione. Si configura quindi come un'intermediazione tra la produzione e il consumo librario e si impone come uno dei canali principali della circolazione delle idee. La lettura degli estratti permette infatti di conoscere tempestivamente le novità editoriali delle varie parti d'Europa e molto spesso sostituisce il contatto diretto con il libro, merce ancora costosa e di difficile reperibilità. Il primo periodico erudito europeo è il *Journal des Scavants*, che inizia le sue pubblicazioni nel 1665 a Parigi, Seguono, a distanza di qualche mese, le *Philosophical Transactions*, organo della Royal Society che, si specializza nella divulgazione scientifica e presenta, accanto agli estratti dei libri, relazioni originali e comunicazioni epistolari che interessano la celebre accademia inglese.

Nel 1668 nasce a Roma il primo periodico erudito italiano, il *Giornale de' letterati*, a cura di un gruppo di redattori legati alla Curia e protagonisti di uno sforzo di rinnovamento della cultura cattolica. Sospeso nel 1683, nel 1686 Benedetto Bacchini riprenderà, a Parma, l'iniziativa di un *Giornale de' letterati*. Il nuovo periodico uscirà fino al 1697, quando a Venezia apparirà la *Galleria di Minerva*, proseguita fino al 1717. Ma a partire dal 1710 sarà soprattutto il *Giornale de' letterati d'Italia*, che proseguirà per un trentennio, redatto da alcuni dei maggiori esponenti della cultura italiana di quel periodo, a rappresentare la punta di diamante italiana dei periodici eruditi.

Nel corso del Settecento il giornale letterario si trasforma lentamente fino ad assumere il carattere di rivista profondamente impegnata nel dibattito politico-culturale del tempo. Gruppi di opinione o singoli giornalisti, consapevoli della importanza dei giornali nel condizionamento dell'opinione pubblica, sollecitati da modelli stranieri, quali il londinese *The Spectator*, fondano periodici al servizio di un preciso progetto politico-culturale. È il caso, per esempio, delle *Novelle oltremontane* di Roma, di orientamento filogiansenista, o delle riviste veneziane di Gasparo Gozzi e *La frusta letteraria* di Giuseppe Baretti, strumenti di un progetto di moralizzazione della cultura e dei costumi di impronta conservatrice, o ancora *Il Caffè*, stampato a Milano e redatto da un gruppo di illuministi, tra i quali i fratelli Verri, Cesare Beccaria e Gian Rinaldo Carli.

I giornali letterari mettono in evidenza la comunicazione erudita e l'organizzazione di un ceto intellettuale cosmopolita, a partire dalle segnalazioni librarie (che sono in definitiva un invito all'allargamento del proprio sapere ad altri ambiti geografici, concettuali e di cultura) per arrivare infine a recensioni

sempre più «criticamente formalizzate» che finiscono per essere in realtà inviti a schierarsi su grandi questioni di vita culturale e civile.

Insomma i periodici letterari potremmo vederli come il sogno della «république des lettres» a puntate.

Da tutte queste esperienze e dall'evoluzione di questi strumenti deriva direttamente il giornale preunitario, e con non molte differenze da questo, quello postunitario.

Indicazioni bibliografiche di carattere generale*

G. BARONE-A. PETRUCCI, *Primo: non leggere. Biblioteche e pubblica lettura in Italia dal 1861 ai nostri giorni*, Milano, Mazzotta, 1976.

Les périodiques, Paris, Cercle de la Librairie, 1978.

A. D. OSBORN, *Serial Publications. Their Place and Treatment in Libraries*, Chicago, American Library Association, 1980³.

E. BOTTASSO, *Storia della biblioteca in Italia*, Milano, Bibliografica, 1984.

I periodici nelle biblioteche: un patrimonio da salvare. Atti del Convegno promosso dalla Biblioteca Nazionale Braidense. Milano, 26 febbraio 1983, a c. di C. Carotti e L. Ferro, Milano, Angeli, 1984.

C. CAROTTI-R. CARRARINI, *I periodici nelle biblioteche pubbliche*, Milano, Bibliografica, 1985.

Almanacchi e strenne dell'Ottocento toscano. Marzo-aprile 1985. Catalogo di Roberto Maini, Firenze, SPES, 1985.

M. G. TAVONI, *Libri e lettura da un secolo all'altro*, Modena, Mucchi, 1987.

L. BRAIDA, *Le guide del tempo. Produzione, contenuti e forme degli almanacchi piemontesi nel Settecento*, Torino, Deputazione subalpina storia patria, 1989.

Almanacchi, lunari e calendari toscani tra Settecento e Ottocento. Introduzione storica e catalogo, a c. di G. Solari, Milano, Bibliografica, 1989.

Libri, letture e biblioteche per il popolo, a c. di O. Maroni, S. Medri e P. Temeroli, [Cesena], Il ponte vecchio, 1996.

P. TRANIELLO, *La biblioteca pubblica. Storia di un istituto nell'Europa contemporanea*, Bologna, Il mulino, 1997.

L. BRAIDA, *Gli almanacchi italiani settecenteschi. Da veicolo di falsi pregiudizi a potente mezzo d'educazione*, in *Gli spazi del libro nell'Europa del XVIII secolo. Atti del Convegno di Ravenna (15-16 dicembre 1995)*, a c. di M. G. Tavoni e F. Waquet, Bologna, Patron, 1997, pp. 193-215.

S. LANDI, *Il governo delle opinioni. Censura e formazione del consenso nella Toscana del Settecento*, Bologna : Il Mulino, 2000.

C. REVELLI, *La biblioteca pubblica e il suo pubblico. Utenti sotto la lente*, «Biblioteche oggi», maggio 2001, pp. 46-51.

Dal villaggio al villaggio. Il giornalismo a Siena dalle origini alla rete, a c. di M. De Gregorio, Siena, Protagon editori toscani, 2001.

P. TRANIELLO, *Storia delle biblioteche in Italia. Dall'Unità a oggi*, Bologna, Il mulino, 2002.

AIB, SEZIONE EMILIA-ROMAGNA, *I periodici in biblioteca tra comunicazione e fruizione. Seminario di studio*. Modena 15 dicembre 2003 (per un resoconto, cfr. per ora sul sito Internet: www.burioni.it)

*N.B. si rinuncia a fornire riferimenti relativi alla storia dei giornali e del giornalismo previsti dalla specifica bibliografia del Corso.

GIANNI TIBERI

*Il mestiere di cronista**

Quindici pagine di cronaca tutti i giorni che abbracciano l'intero territorio dell'ampia provincia senese, una delle più estese della Toscana. Questo è il fascicolo locale de *La Nazione* che viene curato da sette redattori professionisti a tempo pieno, due *part-time*, decine e decine di corrispondenti e di collaboratori, diversi fotografi.

Uno sforzo notevole, un impegno che si articola per tutto l'arco della giornata per assicurare un'informazione la più completa possibile ai lettori. E sono molti, visto che quotidianamente il giornale vende su Siena e provincia quasi diecimila copie (a fronte di una tiratura a livello nazionale di oltre centosessantamila), attestandosi di gran lunga come quello che vanta la maggiore diffusione. Un primato storico di un giornale profondamente radicato nella provincia e nella regione, e che ora fa comunque parte di un grande gruppo, la Poligrafici Editoriale, di proprietà della famiglia Monti Riffeser, che comprende le testate de *La Nazione*, *Il Resto del Carlino* e *Il Giorno*, di più recente acquisizione, che diventano tutti *QN* (quotidiano nazionale) nella versione che viene diffusa su tutto il territorio italiano.

Una tradizione che risale al lontano 1859 quando nell'estate di quell'anno il barone Bettino Ricasoli volle un giornale, *La Nazione* appunto, che appoggiasse il faticoso cammino verso l'unità d'Italia. Tradizione che si sposa all'innovazione (uno dei primi portali su Internet) dalle sue strutture tipografiche all'avanzato sistema editoriale per la redazione di articoli, composizione grafica delle pagine, ricerca di foto e testi in archivio o sulle agenzie. Tutto *on line*, pur con qualche rischio di rimanere sempre più legati alla scrivania. Ma la modernizzazione dei mezzi, non ha ancora snaturato nelle redazioni locali quel contatto continuo del cronista con la realtà che lo circonda, alla ricerca di notizie di tutti i generi da trasferire poi sulle pagine. Un giornale di servizio, che sia utile nel vivere di tutti i giorni, ma anche di approfondimento, di denuncia dei problemi, senza mai posizioni aprioristiche e preconcepite, dando ampio spazio alle varie voci che compongono la comunità. Un ruolo delicato e difficile, che comporta grandi responsabilità, un lavoro che ogni giorno si conclude e ogni giorno ricomincia e si rinnova, che tutte le mattine viene severamente giudicato da decine di migliaia di lettori. Ed è a loro che *La Nazione* sempre guarda, punto di riferimento costante, lettura per molti irrinunciabile da generazioni e generazioni.

* Questo testo riproduce integralmente quello pubblicato nel volume precedente, con il titolo *La Nazione e Siena*; cfr. *Giornalisti in Facoltà/2, 2001-2002*, cit., pp. 31-32.

Daniele Redaelli

24 ORE IN UNA REDAZIONE SPORTIVA:
MODI TEMPI E LUOGHI DI UNA GIORNATA-TIPO
ALLA GAZZETTA DELLO SPORT

CHERUBINI: Quando ho deciso di confermare anche quest'anno il ciclo di conferenze ho inteso privilegiare un aspetto in particolare: lo scambio di competenze. L'Università in questo momento sta cercando di favorire un approccio più concreto degli studenti con il mondo del lavoro. Ciò ha alimentato una serie di motivati dubbi sui rischi di penalizzare una effettiva formazione *culturale*, ma ha anche favorito l'impegno per una adeguata integrazione con la formazione *professionale*. I rischi risiedono nel tentare di «inventarsi» competenze in settori lavorativi ben distanti dalla esperienza di un singolo docente universitario, pur se sensibile all'esigenza di «avvicinare» l'Università alla realtà lavorativa.

In questo spirito è appunto nata l'esperienza dei *Giornalisti in Facoltà*, che per descrivere una redazione sportiva ospita ancora una volta un giornalista davvero brillante e dalla ricca esperienza professionale e umana: Daniele Redaelli, caporedattore della *Gazzetta dello Sport (Varie-Sport olimpici)*. Negli anni scorsi ci ha parlato tra l'altro delle luci e ombre dello sport – con particolare riferimento alla questione del *doping* –, riferendosi inoltre al proprio personale impegno nelle zone di guerra e di tensioni politiche e civili, per rendere lo sport concreto e incisivo strumento di pace.

Ascolteremo anche il contributo di Riccardo Pratesi, un mio laureato che dopo aver frequentato la Scuola di giornalismo dell'Università Luiss di Roma ha svolto uno *stage* presso la redazione diretta da Redaelli ed è diventato professionista nel settore sportivo. Ci illustrerà dunque come a suo tempo ha vissuto in prima persona la propria esperienza nel cuore del giornalismo sportivo: la sede milanese della *Gazzetta dello Sport*.

PRATESI: Cercheremo dunque di illustrare una giornata tipo nella redazione di Milano della *Gazzetta dello Sport*: da quando si varca il portone di via Solferino (quello per intenderci anche del *Corriere della Sera*, perché i due giornali fanno parte dello stesso gruppo editoriale) a quando il quotidiano viene stampato.

Una giornata lavorativa in *Gazzetta* non coinvolge solo la redazione giornalistica, ma anche altre persone che con il loro lavoro consentono poi che il giornale possa “uscire”: mi riferisco al personale di segreteria (che per esempio accredita i giornalisti inviati in giro per l'Italia o all'estero), agli archivisti che

supportano il giornalista nella ricerca di documenti o foto d'epoca, alla tipografia (il menabò delle pagine è disegnato dai caposervizio e dai caporedattori dei singoli settori: per esempio da Redaelli per quanto riguarda gli sport olimpici, ma è soggetto a frequenti variazioni in base alle notizie che arrivano durante la giornata: è il proto, il capo della tipografia, che recepisce i cambiamenti che gli vengono impartiti). È importante anche il contributo dei fattorini, che portano ai redattori documenti e fotocopie per facilitarne il lavoro.

Redaelli vi illustrerà la gerarchia giornalistica, io intanto vi ho introdotto un po' di quotidianità, che può anche prescindere dall'ambito strettamente lavorativo, della vita redazionale. Nella redazione milanese della *Gazzetta*, per esempio, c'è una mensa, utilizzata sia per pranzare che per cenare: capita quindi spesso di vedere interi settori della redazione che si svuotano (magari intervallati: si cerca di evitare di sguarnire completamente il campo per non fermare l'attività redazionale)[...]. Anche questi momenti completano una giornata tipo in *Gazzetta*.

REDAELLI: Di solito a quest'ora (verso mezzogiorno) siamo in pieno mercato. Non quello del calcio, ma quello dello spazio. È finita la riunione del mattino, a cui partecipano i caposervizio dei vari settori: alla *Gazzetta dello Sport* c'è il *capo* del calcio, che è un settore così vasto che in riunione ha normalmente due rappresentanti, c'è il *capo* degli sport olimpici, o io in prima persona o uno dei miei due vice, il *capo* dei motori, quelli del ciclismo e dell'ippica, il segretario di redazione, il direttore, i vicedirettori, il caporedattore centrale (una specie di capostazione del giornale) e una-due persone dell'ufficio centrale, anche loro caporedattori. Partecipano alla riunione anche il responsabile di Internet e il capo dei grafici. Vengono discussi gli argomenti che saranno trattati dal giornale, la riunione dura al massimo un'ora. Naturalmente il mercato dello spazio implica richieste e lamentele: io, per esempio, posso far presente che tre pagine non mi bastano per illustrare in modo esauriente tutti gli spunti della giornata e chiedere che mi sia quindi tolta una pubblicità per farmi guadagnare spazio. Il calcio potrà allora chiedere una pagina in più, e inizierà una vera e propria contrattazione, con i caporedattori centrali a mediare rispetto alle diverse esigenze. Se è possibile rinviare un problema, viene puntualmente fatto. Se per esempio una pagina di pubblicità può essere pubblicata anche il giorno dopo la si sacrifica, si vive letteralmente alla giornata.

Un giornale non è fatto con "l'elastico". Noi non possiamo superare le 40 pagine per un problema di rotative. Stampiamo infatti insieme al *Corriere della Sera*: quando vennero acquistate queste rotative, sette anni fa, si riteneva che fossero sufficienti per stampare un potenziale di 92 pagine (*Gazzetta* più *Corriere*). Si sono però rivelate inadeguate nel giro di 3-4 anni. Adesso c'è il progetto di

acquistare nuove rotative, in grado di stampare anche a colori e con un potenziale maggiore, ma, considerando i tempi tecnici dell'operazione, per l'utilizzo effettivo bisognerà aspettare il 2006. Allora saremo liberi di superare le 40 pagine. All'interno della *Gazzetta dello Sport* il carico pubblicitario, fortunatamente, non è basso. E quindi bisogna contrattare per le pagine, risparmiando in foliazione ma trovando non poche difficoltà nei casi in cui si sommano numerosi eventi sportivi di grande importanza. Questa operazione la svolge il settore *marketing*, che però, lo dice la parola stessa, non è composto da giornalisti di mestiere. Il *marketing* fatica a valutare nello specifico il calendario degli avvenimenti sportivi, per cui talvolta contrattiamo un numero maggiore di pagine. Bisogna però stare attenti a non sfiorare il tetto annuale di pagine stabilito preventivamente. Un anno ci è capitato di trovarci a Pasqua già oltre il limite prestabilito. Diventa un grosso problema, negli altri 9 mesi dell'anno rischi di non poter più aggiungere pagine, anche se giornalisticamente ne avresti la necessità.

Quindi la trattativa per lo spazio è molto impegnativa. Poi, passata quest'ora, si cominciano a disegnare le pagine, e allora inizia il "mercato", quello che compete ai *capi* dei singoli settori del giornale, dal calcio alle varie ecc... Si stabilisce così il *rigaggio* di una testata, o del pezzo di taglio, e, disegnati i menabò, si consegnano ai redattori che cominciano ad arrivare (contengono gli argomenti che loro stessi hanno suggerito la sera prima, a meno che non sia accaduto un evento particolare in mattinata: allora si lascia spazio alla cronaca).

Per approfondire un argomento può diventare molto importante la ricerca d'archivio. Noi disponiamo di un archivio grande ed organizzato, ma ancora più importante dell'archivio è l'archivista. La memoria storica dell'archivista, capace magari di collegare subito la foto degli anni '60 che cerchi all'evento che intendi documentare, è fondamentale. Rimpiazzare un esperto archivista, incentivato magari dall'azienda ad andare in pensione per abbattere i costi del suo stipendio su cui pesano gli scatti di anzianità, non è mai facile per chi lo sostituisce. Anche perché l'archivio non è completamente informatizzato, lo è solo per i documenti degli ultimi anni, ma fino a sette anni fa le fotografie e i ritagli di giornale venivano archiviati in buste diverse per ogni personaggio. La *Gazzetta dello Sport* archiviava circa 80.000 foto l'anno. Per cui bisogna conoscere bene la dislocazione del materiale d'archivio per poter trovare subito ciò che il giornalista cerca.

Si cominciano dunque le ricerche d'archivio, si decidono le *infografiche* da passare ai grafici (ed inizia un'estenuante trattativa, perché i gusti estetici sono molto personali, e non è sempre semplice far collimare quello di chi richiede il lavoro e quello di chi lo esegue). Poi c'è il cosiddetto "mensa time", a mezzogiorno si va tutti a mangiare: il pranzo è il momento dell'allegria, mentre la

cena quello del pettegolezzo, in cui magari si prefigurano fantomatici cambiamenti nell'assetto gestionale e organizzativo del giornale.

Del resto questo è un momento molto delicato per l'editoria. La carta stampata soffre tremendamente la concorrenza televisiva sul mercato della pubblicità, ed è finita l'epoca in cui gli introiti pubblicitari erano inferiori a quelli dell'edicola. La *Gazzetta* in questo senso era l'ultimo baluardo, ma ormai anche noi, da due anni, otteniamo più dalla pubblicità che dalla vendita del giornale. Ciò non significa che siamo nelle mani degli inserzionisti commerciali, però la pubblicità è senza dubbio fondamentale. Nel momento in cui cala il suo mercato cominciano i problemi. Noi l'anno scorso abbiamo registrato un decremento del 3%, nel contesto però di un calo generale del 20%: è stata ovviamente una soddisfazione, perché evidenziava come il nostro fosse un prodotto credibile. Tuttavia l'azienda non l'ha considerato un successo, ma semplicemente una perdita, e siccome aveva programmato un incremento (faccio una stima a caso, del 10%) , non prevedendo la crisi, ha accusato una riduzione del 13%.

Questa disparità di interpretazioni (da una parte la soddisfazione giornalistica di aver contenuto le perdite in una congiuntura economica sfavorevole, dall'altra l'insoddisfazione per una stima programmatica non raggiunta) dà origine a diversi problemi. Specie per una azienda che si è rinnovata, che ha finalmente venduto i "rami secchi", quelli che non c'entravano niente con l'editoria, e che per anni hanno appesantito il bilancio con i loro conti in rosso, ma che deve recuperarne le perdite, e quindi attraversa comunque una fase delicata, che si avverte anche in redazione. In passato quando un redattore si trasferiva in un altro giornale, o andava in pensione, veniva immediatamente sostituito con un'assunzione. Adesso l'azienda prima si interroga se può avviare alla perdita con uno spostamento interno, senza dover per forza ricorrere all'assunzione. Queste sono, per esempio, le preoccupazioni da cena della mensa.

Si risale dunque dalla mensa di mezzogiorno, e vi faccio l'esempio di una giornata di *panel* (avviene in realtà una volta al mese, ma voglio spiegarvi cos'è). I capiservizio si radunano nel primo pomeriggio, mentre i colleghi avviano il lavoro, e vanno ad ascoltare la relazione del gruppo che compie un'analisi di mercato con i lettori della *Gazzetta*. Ogni mese, per una settimana, un lettore ogni cento, acquirente del giornale almeno 4 volte alla settimana (200 campioni ogni sette giorni, quelli che ruotano sono circa 1000), viene interrogato per telefono (noi non dovremmo conoscerli per non influenzare le risposte, ma io ho scoperto l'identità di due, e mi sono quindi fatto spiegare il procedimento) per circa 40 minuti con domande del tipo: "Qual è l'articolo che ti è piaciuto di più?", "perché non ti è piaciuto quel titolo?".

Ne esce un'analisi interessante: viene dato un voto ad ogni pagina della *Gazzetta*, e uno ad ogni articolo. Viene indicato voto e gradimento, se è stato

letto oppure no. Le percentuali di lettura vanno interpretate: durante i Mondiali di calcio avevamo fatto un titolo, alto 10 centimetri, letto secondo le stime dal 63% degli acquirenti. Noi commentavamo ridendo che un titolo di queste dimensioni, in prima pagina, non poteva che essere stato letto dal 100% di coloro che avevano acquistato la *Gazzetta*. Ma il concetto era che tutti lo avevano visto, ma solo il 63% se lo ricordava. Nel caso specifico una percentuale di questo tipo vuol dire che il titolo è sbagliato. Il titolo deve rimanere impresso nella memoria almeno dell'80% dei lettori.

Nell'ultimo anno stiamo proponendo fotografie a figura intera. Non chiedetemi perché, ma abbiamo scoperto che calciatori come Shevchenko o Del Piero, "tagliati" a mezzobusto, non piacciono. Questi parametri a volte stupiscono anche noi. Stupisce meno, invece, che la percentuale di lettori decresca man mano che si va avanti con le pagine. Gli articoli di pagina 2 e 3 raggiungono oltre l'80% di lettura, la Formula 1 è attestata sul 30% (quando c'è il Gran Premio, specialmente nell'ultimo anno, con i trionfi della Ferrari, arriva fino al 68%), Valentino Rossi arriva al 62%, il ciclismo non va quasi mai oltre il 24%, anche se hanno fatto eccezione le vittorie di Cipollini alla Milano-Sanremo e al Mondiale, che hanno raggiunto valori da calcio. Il basket è attestato sul 27-28%, sale oltre il 30% se l'apertura è dedicata alla Nba (quindi per il nostro lettore affezionato conta più l'Nba della pallacanestro italiana). La pallavolo è compresa tra il 18% e il 22%, (il volley femminile piace più di quello maschile, non si capisce se perché le ragazze si interessano a questo sport o perché ai ragazzi piacciono le pallavoliste), nuoto e atletica dipendono solo dagli eventi, altrimenti riscuotono un interesse modesto, sotto il 20%. Il record degli sport olimpici del 2002, incredibilmente, appartiene alla vela di Coppa America, che ha registrato un clamoroso 48% di lettura di un articolo (il decimo più letto del giornale di quel giorno, e tenete conto che i primi 10 articoli della *Gazzetta*, fatta salva la cronaca di Schumacher o quella di Valentino Rossi, che si attestano di solito tra il nono e il decimo posto, sono tutti di calcio). È stato sorprendente scoprire questo imprevedibile interesse dei tifosi per la Coppa America, sport elitario del quale pochi capiscono qualcosa. Come ho scritto una volta in prima pagina la massima esperienza di vela di un italiano medio è il bordeggiare verso il banco del bar per prendere patatine e Campari. I velisti si sono un po' offesi, ma è la verità. E quindi l'exploit della Coppa America è stato davvero inaspettato.

Ci sono eventi il cui seguito è scontato, mi riferisco per esempio ad un *derby* Milan-Inter. Più difficile scoprirlo, per esempio, proprio nel caso della Coppa America. Nel caso della vela ci siamo resi conto dell'interesse che suscitava dal numero dei contatti sul nostro sito Internet. Gli inviati per la Coppa America sono partiti il 15 settembre, 15 giorni prima dell'inizio della competizione. I *forum* e le *chat* sono cominciati a 3 giorni dal via, e sono stati

travolti dalle domande che arrivavano da tutto il mondo (italiani, certo, ma in vacanza, in soggiorno o residenti all'estero).

Il sito della *Gazzetta*, alla chiusura della Coppa America, è risultato il quarto al mondo come numero di contatti per questo avvenimento. Questo dato significa che il sito ufficiale della Louis Vuitton Cup era dietro di noi (è finito 7°-8°). Ci ha preceduto l'agenzia di stampa *Associated Press*, che sfruttava il mercato planetario di lingua inglese, il sito di un giornale di Zurigo (gli svizzeri di Alinghi hanno vinto la Coppa) e il sito ufficiale della Coppa America. La *Gazzetta* è risultata tra l'altro il nono giornale al mondo come spazio riservato alla Coppa America.

È dunque difficile capire il seguito che potrà avere un evento; personalmente, abitando in Brianza, una zona che ha una cultura sportiva diffusa, e dove non si segue soltanto il calcio, cerco di tenere sempre le... "antenne dritte" su quelli che sono gli orientamenti della gente, magari frequentando i bar e ascoltando i commenti degli avventori. Le ragazze della pallavolo che hanno vinto il Mondiale erano oggetto di discussione, così il Giro di Lombardia di ciclismo; quando la Ferrari andava male non si sentivano più i commenti sulla Formula 1.

CHERUBINI: Il nostro ospite ci ha tra l'altro spiegato come la rilevanza di un evento possa essere prevista in anticipo grazie ai contatti sul sito Internet. Ciò ci fa capire che le applicazioni tecnologiche, in un giornale, possono offrire nuovi mezzi e strumenti come *trait-d'union* tra chi scrive e chi legge un giornale. Ma ha anche sottolineato che comunque, ancora, i giornalisti sono attenti a sentire direttamente quello che dice la gente.

Questa apparente contraddizione dimostra come continuiamo a portarci dietro alcuni tratti tradizionali, ma contemporaneamente ne acquisiamo altri grazie alle nuove tecnologie, che avvicinano lettore e giornalista. In passato i contatti potevano avvenire tramite posta, ma non erano mai così diretti ed immediati come può esserlo un messaggio di posta elettronica.

PRATESI: A questo proposito la *Gazzetta*, proprio per favorire il contatto tra lettori e redattori, ha dotato i giornalisti di un indirizzo mail, che talvolta si aggiunge addirittura alla firma in coda ad un articolo. Il lettore ha così la possibilità di contattare il giornalista, abbattendo le distanze, e trasformandosi dunque da "passivo" in "attivo", in grado di argomentare e dialogare con l'autore di un pezzo.

REDAELLI: Purtroppo però il lettore che gradisce un articolo dà per scontato che sulla *Gazzetta dello Sport* escano pezzi di buon livello, e quindi la mail viene utilizzata soprattutto come strumento di critica, nel caso in cui debba

contestare qualcosa. Talvolta la critica può dar vita a situazioni “simpatiche»»»». Io raccomando ai redattori che lavorano con me di rispondere sempre ai lettori, dicendo la verità sul perché è stata fatta una determinata scelta giornalistica, o spiegando la genesi di un errore. Il lettore, di solito soddisfatto di aver ricevuto una risposta esauriente, diventerà, nella maggior parte dei casi, un lettore fedele. Talvolta, però, può capitare di imbattersi nell’arrogante di turno che segnala, sbagliando, un presunto errore. Tu gli ribadisci la notizia, ma non riesci a convincerlo che sia la verità.

Come si faceva prima dell’avvento di Internet, a stabilire un rapporto di fiducia tra giornalista e lettore? Con le scommesse da bar. Nel pomeriggio, magari nell’ora dell’aperitivo, arrivava la telefonata del lettore che chiedeva, per esempio, quante volte si fossero incontrati Cassius Clay e Joe Frazier. Tu rispondevi: “tre”. E allora ascoltavi il più classico dei “perciò avevo ragione io, aspetti che le passi un mio amico, lo dica anche a lui”. E ti rendevi conto che nel bar in questione erano radunate 30 persone tutte in attesa di sapere chi avrebbe vinto la scommessa sportiva tra i due amici che avevano posto il quesito.

Questi potenziali lettori – in passato come oggi - sono orgogliosi di aver avuto un contatto diretto con la *Gazzetta*: non dico che con un colloquio telefonico di tre minuti li hai conquistati, ma sicuramente li hai tenuti «agganciati» al tuo giornale. La *Gazzetta dello Sport*, del resto, citando un’espressione di Candido Cannavò, direttore della “rosea” per 19 anni, è sempre stata una famiglia al suo interno, ma anche all’esterno. La gente si sente tradita quando sbagliamo qualcosa, e te lo dimostra con le mail e le telefonate di protesta.

Finito il *panel* siamo arrivati al pomeriggio, prosegue la giornata di lavoro e si cominciano le scelte: il giornale è una scelta continua. Lo è diventato ancor di più nell’ultimo anno, da quando la grafica è radicalmente cambiata. Adesso le foto pubblicate sono più grandi, e quindi tolgono spazio alle notizie. Una curiosità: la foto grande, preferita dai lettori, non piace ai pubblicitari, perché l’occhio del lettore cade inevitabilmente sulla foto e trascura l’inserzione pubblicitaria. Magari questo porterà in un prossimo futuro ad un ulteriore cambiamento della grafica. In questo momento, comunque, gli spazi per i notiziari si sono ridotti. Per cui il lettore che acquistava la *Gazzetta* e cominciava a sfogliarla dal fondo, perché interessato alle “brevi” di atletica, adesso non è soddisfatto, perché non trova più le notizie che cercava. Ma del resto per garantire spazio ad una foto di grosse dimensioni, qualche sacrificio lo devi fare. Gli argomenti adesso sono forse meglio trattati rispetto al passato, sicuramente meglio “vestiti”, ma sono diminuiti.

La discussione quotidiana, quindi, è costante, perché bisogna operare una serie di scelte. Tu hai programmato un giornale, ma nel corso della giornata accadono fatti che possono cambiare e persino stravolgere il menabò

prestabilito. Ovviamente i cambiamenti provocano anche un minimo di attrito con chi aveva già lavorato sulla notizia, che “salta” per lasciar posto all’ultima arrivata.

Il lavoro va avanti così fino alla chiusura del giornale, che avviene tra le 10 e le 11.45. Ormai non c’è più una sera che non proponga un evento notturno: dagli anticipi ai posticipi di calcio italiano, alle coppe europee di basket e a quelle di calcio, per cui qualche pagina resta sempre aperta fino a tardi.

La routine lavorativa poi essere inframmezzata dai 10 minuti del “merenda time” delle 17, un evento “socializzante”: domani tornerò in redazione con panforte e ricciarelli senesi, allo stesso modo i vari inviati in giro per l’Italia porteranno prodotti tipici delle città in cui sono stati.

CHERUBINI: Adesso vorrei chiedere al nostro ospite quali contatti ci sono tra giornalisti che si occupano di argomenti diversi all’interno dello stesso giornale, anche per valutare se il clima che si respira negli altri settori della *Gazzetta* è simile a quello delle *Varie*.

REDAELLI: Noi abbiamo la fortuna di lavorare in un giornale in buona salute. In questo momento i colleghi del *Corriere dello Sport* di fronte all’ipotesi di 26 tagli tra i giornalisti non hanno certo una gran voglia di sorridere. Lo scambio tra i vari settori non è semplice, anche perché sul piano del giornale serve a poco.

Del resto esiste anche un pizzico di antagonismo: i giornalisti di calcio sono convinti di occuparsi dell’argomento più importante del giornale, quelli che si occupano degli sport olimpici (o *Varie*, in gergo), “se la tirano” un po’, nel senso che ritengono di portare all’interno del giornale la cultura. *Il collegamento con la massa dei lettori ti viene dal calcio, la cultura dagli altri sport*: queste estremizzazioni fotografano parziali verità. Alcuni giornalisti del settore calcio, non tutti, hanno competenze specifiche relative solo a questo sport. Quelli che si intendono anche delle altre discipline, i Garlando, i Condò, sono dei fuoriclasse. Garlando ha scritto libri per bambini che hanno riscosso un indubbio successo. È un onore per tutta la categoria. Purtroppo il giornalista sportivo viene visto spesso come un giornalista di serie B: non ci sentiamo minimamente così, sia chiaro, ma nell’immaginario collettivo alla figura di giornalista si accosta spesso quella dei grandi inviati. In realtà è allo stesso modo giornalista chi sta in redazione e organizza il lavoro, valorizzando magari anche quello degli inviati.

E poi nel campo del giornalismo sportivo i nostri inviati devono ancora andare in mezzo alla gente e raccontare, come fanno puntualmente nelle cronache delle partite. L’inviato di guerra che va al fronte, ormai, è sempre meno in mezzo alla gente, salvo qualche eccezione. Durante la guerra in Afghanistan abbiamo visto giornalisti che dalla terrazza di un albergo di Islamabad si faceva riprendere dalla televisione al tramonto per spacciare il sole rosso dietro di loro

con i bagliori dei bombardamenti (che avvenivano in realtà a 350 km di distanza). Io conosco quella realtà, e potevo capire l'“inghippo”, ma non tutti ne avevano la possibilità. I giornalisti in questione erano in un posto sicuro e non correvano particolari rischi, però agli occhi del grande pubblico erano sotto le mine. Ovviamente non sono tutti così, però accadono anche questi episodi. Questi inviati che non si sono mischiati con la gente, cosa ci raccontano quando tornano in Italia?

Il giornalismo sportivo è invece ancora “di marciapiede”: per poter raccontare gli avvenimenti alla gente devi prima capire come parla e come capisce le cose la gente. Questo è spesso un argomento di discussione anche tra noi. Un collega può magari scrivere un articolo geniale, eccellente dal punto di vista lessicale e sintattico, ma difficile da comprendere per chi non è almeno uno studente universitario. Noi dobbiamo invece farci capire anche da chi ha solo la licenza media. Quotidianamente c'è un contraddittorio sul modo di scrivere. Ognuno di noi ha un suo stile, e vorrebbe difenderlo, però non sempre lo stile è efficace. Un esempio. Quest'estate la *Gazzetta* ha promosso una serie di libri, uno dedicato ad Armstrong, uno ad un surreale mercato del calcio, uno dedicato a Maradona, un altro a Battaglini e infine un volume su Varenne. Il libro che ha venduto di più è stato quello su Armstrong: 20.000 copie. Quello che ha venduto di meno era quello probabilmente scritto meglio: il mercato surreale del calcio. Perché la maggioranza dei nostri lettori, se deve andare a leggere una pubblicazione impegnata, purchè ironica, non compra un allegato della *Gazzetta*. Per leggere sotto l'ombrellone preferisce temi più semplici. Dopo quello di Armstrong il libro più venduto è stato quello su Battaglini. Uno sportivo non molto conosciuto, quanti tra voi sanno chi era Battaglini? Ma ha venduto 19.000 copie. Battaglini è stato un grande giocatore di rugby morto 30 anni fa, e scriverne la pur affascinante storia sembrava un prodotto riservato agli addetti ai lavori. Ed invece la gente l'ha letto, e nel complesso lo ha molto apprezzato. Come gradimento è stato addirittura il migliore tra i libri della *Gazzetta*: si trattava di una storia vera, di un personaggio sconosciuto che però era un uomo di sport all'interno della mitologia rugbyistica. Quindi stare vicini alla gente è fondamentale per il nostro lavoro.

Nel corso della giornata di lavoro si arriva poi alla stretta finale. Si lavora in fretta, ma con accuratezza, per chiudere il giornale. Esiste un sistema di controlli incrociati per ridurre al minimo gli errori. Dopo che il giornale, attorno alle 11.30-11.45 è andato in stampa si può cominciare a lavorare per la seconda edizione, che chiamiamo con un termine tecnico “ribattuta”. Allora si sistemano pezzi “chiusi sul filo” nella prima edizione, e quindi da approfondire, si correggono gli errori, si inseriscono novità dell'ultim'ora. La ribattuta ha una diffusione ridotta, solo nei poli centrali di stampa di un giornale. In Toscana, per

dire, la nostra non arriva, a meno che non ci sia una preliminare richiesta specifica: nel caso si organizza una macchina. La ribattuta si chiude tra l'1.30 e le 2 di notte. In questo momento, per la guerra, il *Corriere della Sera* ribatte addirittura fino alle 3.

La giornata si chiude quindi verso mezzanotte, chi non è stato in mensa va a casa a mangiare, di solito da soli, considerata l'ora. La vita del giornalista è fatta anche di solitudini. Il nostro mestiere nasce dalla passione, è difficile farlo seguendo un concetto impiegatizio, chi ama le scansioni regolari, gli orari codificati, senza repentini cambi di programma trova grosse difficoltà nello svolgere questa professione.

Il contenuto delle numerose domande degli studenti e delle relative risposte è stato rielaborato ed inserito nel testo

SOLO PUBBLICISTI NEGLI UFFICI STAMPA:
UN MESTIERE IN COSTANTE EVOLUZIONE.
IL CASO DEL CONSIGLIO REGIONALE TOSCANO E
DELLA CAMERA DEI DEPUTATI

CHERUBINI: Il tema principale che intendiamo oggi affrontare è quello relativo all'applicazione della Legge 150 del 7 giugno 2000 ("Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle Pubbliche amministrazioni"), con il suo Regolamento attuativo (DPR. 21 settembre 2001, n. 422). Oltre all'interesse generale per questo tema, mi preme analizzare un importante ambito lavorativo che può attrarre gli studenti e i laureati delle Facoltà di Scienze Politiche.

Questa legge è stata il punto d'arrivo di un percorso che ha visto la necessità di dare una regolamentazione all'organizzazione degli Uffici stampa nelle Pubbliche amministrazioni. Oltre a presentarsi come "sanatoria" per chi già vi lavorasse, ha posto anche il problema di un aggiornamento e di una formazione continua per tutti gli operatori e responsabili del settore. Quindi ci interessa capire come sono organizzati gli Uffici stampa delle Pubbliche amministrazioni, in cosa consistono, come sono gestiti, quanto è cambiato al loro interno con la legge suddetta.

Da questo punto di vista riprendiamo un discorso già avviato con due esperti del settore, che ormai da anni sono nostri ospiti nel Corso di Storia del giornalismo: Enrico Zanchi, ora Presidente dell'Azienda per il Diritto allo Studio del nostro Ateneo, già responsabile dell'Ufficio comunicazione e informazione del Consiglio Regionale Toscano, e Marco Palocci, oggi giornalista del *Sole 24 Ore*, già Portavoce e Capo Ufficio stampa della Camera dei Deputati.

ZANCHI: Cercherò solo di fornirvi alcuni spunti di riflessione per facilitare poi una discussione più specifica tra di noi, se ne avvertirete il bisogno.

Partendo da una definizione abbastanza generica e approssimativa si potrebbe dire che l'Ufficio stampa di un qualsiasi Ente pubblico è, oggi, uno dei principali strumenti per garantire la democrazia e la partecipazione dei cittadini. Lo è in particolare oggi, perché la Legge 150 è il punto di arrivo di un lungo processo, iniziato con la Costituzione italiana e proseguito nel tempo con tutta

una serie di altri provvedimenti legislativi, all'interno dei quali si è andato via via evolvendo il concetto di informazione nelle Pubbliche amministrazioni. L'articolo 21 della Costituzione italiana sancisce il diritto a manifestare liberamente il proprio pensiero. In pratica è la libertà di esprimersi con ogni mezzo, in ogni momento e in ogni luogo, ma non si fa alcun riferimento al *diritto di informare* e tanto meno al *diritto di essere informati* o di informarsi.

Seguendo molto sommariamente i passi successivi, si arriva agli inizi degli anni '80 quando la legge sull'editoria affronta un nuovo aspetto dell'informazione, che è vista come il momento finale di un processo produttivo, in un ambito cioè propriamente economico. Al suo interno però l'informazione viene riconosciuta come un interesse collettivo e diffuso di cui tutti i cittadini sono titolari e che in quanto tale deve essere garantito, attraverso il pluralismo delle fonti informative, ponendo alcuni limiti (come il divieto di concentrazioni e di posizioni dominanti) e con la previsione di forme di controllo come la figura del Garante per l'editoria istituita nel 1981. Negli anni successivi la legislazione statale ha affrontato altri aspetti della questione. Nel 1987 s'inserisce la nozione d'informazione e pubblicità di "pubblica utilità"; si stabilisce, cioè, che ci sono delle cose che comunque il cittadino ha il diritto di sapere e che le Pubbliche amministrazioni hanno il dovere di rendere note. Con la prima riforma del sistema radiotelevisivo viene poi inserito il concetto di "comunicazione istituzionale" nel sistema radiotelevisivo pubblico e privato.

Si arriva finalmente al 1990, quando due leggi trasformano radicalmente non solo gli assetti delle autonomie locali, ma anche il concetto di rapporto tra Pubbliche amministrazioni e cittadino, cioè la Legge 142 e la Legge 241. In particolare quest'ultima definisce il concetto della trasparenza e della pubblicità delle Pubbliche amministrazioni, indicando una serie di meccanismi attraverso i quali il cittadino può accedere alla conoscenza degli atti e dei documenti relativi al procedimento che questi atti hanno seguito. Si riconosce tra l'altro non solo il diritto del cittadino ma anche quello delle organizzazioni dei cittadini in rappresentanza di interessi collettivi. Sempre con la Legge 241 si prevede per la prima volta l'obbligo delle Pubbliche amministrazioni di istituire l'ufficio relazioni con il pubblico, facendo una prima distinzione tra *comunicazione* e *informazione*, due concetti che poi nella legge 150 verranno definiti come canali paralleli ma tra loro separati.

Naturalmente non bisogna confondere la causa con l'effetto. L'evoluzione giuridica non è venuta dall'alto in modo illuministico ma ha seguito una trasformazione all'interno della società. Sin dagli anni '70, in coincidenza anche con l'istituzione delle Regioni, si era avvertito un sempre crescente desiderio di partecipare alla gestione della cosa pubblica, di conoscere, di saper giudicare sulla base di dati di fatto. L'istituzione delle Regioni aveva anche contribuito ad introdurre nuove nozioni giuridiche. Praticamente in tutti gli Statuti delle Regioni

viene sancito non solo il diritto del cittadino ad essere informato ma anche il dovere delle Pubbliche amministrazioni ad informare, ad essere trasparenti.

In questo nuovo contesto gli Uffici stampa acquisiscono una particolare rilevanza e il loro compito diviene particolarmente delicato. Contemporaneamente al processo di modifica dell'ordinamento dello Stato e all'accresciuto bisogno di partecipazione da parte dei cittadini, era profondamente cambiato anche il mondo dell'informazione, in particolare con lo sviluppo dell'emittenza radiotelevisiva pubblica e privata.

I ritmi dell'informazione sono divenuti sempre più frenetici. Un giornale oggi non dura nemmeno lo spazio di una giornata, come si diceva un tempo, perché le notizie sono bruciate di minuto in minuto, non solo dalla televisione, ma anche da Internet e da una serie di altri canali che ormai sono alla portata di tutti.

Chi lavora in un Ufficio stampa è alle prese, perciò, non soltanto con questo tipo di problematica, cioè la rapidità delle notizie e la molteplicità degli interlocutori, ma deve anche far fronte ad una concorrenza che si è fatta sempre più agguerrita. Se negli anni '60-70 gli unici Enti a possedere un Ufficio stampa erano i ministeri, il governo nazionale, il Parlamento nazionale, forse qualche grande comune e qualche grande azienda privata, oggi tutti gli Enti pubblici e privati ne hanno uno. Da ciò consegue la produzione di una gran massa di informazioni, che dovrebbero essere veicolate verso i cittadini tramite i *media*.

L'Ufficio stampa instaura anche un rapporto diretto con i cittadini o con particolari categorie di cittadini (redigendo per esempio riviste o assumendo altre iniziative comunicative) ma almeno l'80% dell'informazione che muove dall'Ufficio stampa è rivolta verso gli strumenti dell'informazione scritta o radiotelevisiva.

In pratica l'Ufficio stampa si pone come vera fonte primaria di informazione. Naturalmente, siccome le fonti si sono moltiplicate, anche le notizie sono aumentate in modo esponenziale. Delle centinaia o forse migliaia di notizie che arrivano ogni giorno in varie forme e da varie provenienze sul tavolo di una redazione, appena il 10% vengono ritenute informazioni utili. Il che significa che la maggior parte delle notizie che viene diffusa finisce nei cestini. Soltanto alcune notizie, insomma, riescono davvero a far notizia, ad essere giudicate degne cioè di pubblicazione.

Uno dei problemi più gravi che si presenta ad un operatore dell'informazione all'interno di un Ufficio stampa è come riuscire a far notizia, per ottemperare al dovere di dare una piena informazione ai cittadini, ed anche per soddisfare la pressione che gli amministratori esercitano su un Ufficio stampa affinché quella certa notizia venga divulgata.

In particolare gli uomini politici hanno la convinzione che la loro esistenza sia garantita solo se riescono a far notizia. Un sindaco, un ministro, un

parlamentare, che non appare in televisione, la cui dichiarazione non si legge sui giornali, il cui commento non è preso in considerazione dai mezzi di comunicazione, sente di perdere il contatto con la pubblica opinione, perché nella attuale società dell'immagine non basta solo "fare" ma spesso addirittura conta molto di più "apparire".

Ciò purtroppo condiziona anche il lavoro di un operatore di un Ufficio stampa, che per far notizia è tentato spesso di amplificare i fatti o addirittura di inventarne altri. Questo è l'errore più grave di un operatore dell'informazione all'interno di un Ufficio stampa, non solo dal punto di vista della deontologia professionale ma in particolar modo perché il giornalista dell'Ufficio stampa di una Pubblica amministrazione deve avere come referente primario i cittadini, ai quali è tenuto a fornire un'informazione completa, corretta ed obiettiva.

CHERUBINI: Ringrazio Enrico Zanchi per averci fatto un quadro che inserisce la questione degli Uffici stampa delle Pubbliche amministrazioni – quale si pone al giorno d'oggi - in un ambito ampio e articolato. In particolare ha segnalato due fattori fondamentali: da un lato, l'evoluzione dei rapporti tra cittadini e Pubbliche amministrazioni, e dall'altro le caratteristiche di una società come la nostra, dove emerge sempre più forte la necessità di far notizia influenzando così anche l'attività degli Uffici stampa.

PALOCCHI: Anch'io ringrazio molto Enrico Zanchi che, avendo fatto un quadro completo e preciso anche riguardo all'evoluzione della normativa nel settore, mi permette di ripartire dalla mia esperienza come capo Ufficio stampa della Camera dei Deputati, nata da esigenze diverse.

Abbiamo visto la differenziazione anche all'interno del quadro normativo tra *comunicazione* e *informazione*. Ma in molti organi rappresentativi, come possono essere il Consiglio Regionale Toscano, la Camera o il Senato, c'è un ulteriore problema che è cominciato a venire alla luce in seguito all'esperienza dell'Ufficio stampa della Camera dei Deputati a cui io ho partecipato: quello di separare la *comunicazione istituzionale* da quella *politica*. Prima che me ne affidassero la direzione, l'Ufficio stampa della Camera si occupava più delle esigenze d'informazione e comunicazione dei deputati che non delle richieste di informazione esterna. Perciò quando i giornalisti per esempio volevano avere informazioni su quali emendamenti ad una determinata legge erano stati approvati in commissione, o che tipo di discussione c'era stata su questa legge, chi aveva votato a favore e chi contro, finivano per andare fuori dalla commissione ad aspettare che uscisse qualche deputato e chiedergli come era andata la cosa. Naturalmente i deputati erano parte in causa, per cui il singolo poteva avere tutto l'interesse a raccontare, non dico bugie, ma magari soltanto una parte della verità e non un'altra.

Questo è un esempio banale per farvi capire come in tutti gli organi rappresentativi dove in qualche modo ci sono posizioni diverse che si confrontano c'era la necessità di distinguere la comunicazione pubblica, cioè il fatto oggettivo, dal giusto e necessario commento politico – ed era una necessità che si avvertiva da tempo ma che è stata affrontata solo recentemente. Naturalmente poi ci sarà una forza politica che riterrà sbagliato quell'emendamento e un'altra che lo riterrà fondamentale per le sorti del paese.

Questa esigenza cominciava dunque a farsi molto sentita specialmente a Montecitorio, dove ci sono circa quattrocento giornalisti accreditati e almeno 150 giornalisti che lavorano effettivamente tutti i giorni alla Camera. Ad un certo punto ci si è posti il problema di fornire a tutti questi giornalisti - che altrimenti vagavano per i corridoi del Parlamento alla ricerca di informazioni in modo assolutamente casuale - delle informazioni attendibili, oggettive e tempestive.

Serviva cioè un Ufficio stampa che in pratica desse ogni giorno il quadro di riferimento dei lavori parlamentari, e lasciasse che ogni deputato e ogni organo politico fosse libero di commentare le notizie, partendo però da dati di fatto condivisi ed oggettivi. Quindi forse si partiva da un problema diverso da quello di cui parlava Zanchi. La Camera dei Deputati non ha il problema di fare notizia, la fa comunque. Il problema della Camera dei Deputati è quello di fare notizia nel modo giusto. È cioè necessario evitare che escano notizie imprecise o magari non rispondenti alla realtà ma bensì ad un solo e particolare punto di vista politico.

Per fare questo la stessa struttura interna, oltre all'organismo politico, decisero di creare un Ufficio stampa affidandolo ad un giornalista che avesse esperienza di politica e dei lavori parlamentari. Io all'epoca lavoravo al *Sole 24 Ore* ed ero da poco tornato dagli Stati Uniti dove avevo fatto il corrispondente. Per una serie di ragioni fui chiamato a fare questo lavoro, non ultimo il fatto che avevo competenza di politica internazionale e di economia, temi spesso sottovalutati ma di fatto molto trattati all'interno della Camera. Tenete conto che gran parte di quello che voi leggete normalmente sui giornali sui lavori parlamentari riguarda provvedimenti in materia economica.

A differenza degli Uffici stampa del piccolo comune dove appunto il problema è convincere i giornali a pubblicare qualcosa, nel nostro caso era praticamente l'opposto. Si trattava di gestire una massa d'informazioni, cercare di dargli un ordine e metterla a disposizione del maggior numero di giornalisti nella maniera più tempestiva possibile. In una seconda fase, una volta creati questi canali di comunicazione, abbiamo deciso di metterli a disposizione direttamente dei cittadini proprio perché, come diceva Zanchi, l'informazione è uno strumento di garanzia democratica.

Una cosa che abbiamo fatto subito è stata per esempio quella di rendere pubblici i lavori della Camera - cioè i resoconti stenografici sia dell'aula che delle

commissioni - sul sito Internet, che abbiamo rinnovato e gestito un po' come se fosse un rotocalco. Formalmente questi resoconti erano già pubblici, dove per pubblici si intendeva che venivano pubblicati specifici bollettini poi messi a disposizione presso la libreria della Camera e del Senato a Roma. Per cui gli unici che all'epoca potevano seguire nei dettagli i lavori parlamentari erano le persone che vivevano a Roma e in genere soltanto il personale degli Uffici di pubbliche relazioni delle grandi aziende e delle grandi associazioni, che potevano pagare una persona per mandarla tutti i giorni a vedere cosa c'era di nuovo sui bollettini riguardo a determinati provvedimenti che a loro interessavano. Non era possibile seguire i lavori parlamentari per il cittadino normale, che doveva comunque venire a Roma, né per le associazioni che magari avevano interesse a seguirli ma non avevano gli strumenti per farlo.

Per esempio se si discuteva della caccia, l'associazione dei costruttori di armi probabilmente poteva permettersi di avere una persona che andasse a vedere cosa succedeva in commissione riguardo alla legge sulla caccia, mentre le associazioni ambientaliste probabilmente non disponevano degli stessi mezzi per controllare. Quindi rendere disponibili, non solo per i giornalisti ma anche per il pubblico, tutti gli atti della Camera dei Deputati ci sembrava un elementare esercizio democratico.

Non è stata comunque una cosa facile. Anche dal punto di vista tecnico ci sono state notevoli difficoltà ma alla fine ce l'abbiamo fatta. Assieme a questo abbiamo cercato di rendere il più aperto possibile l'accesso ai lavori della Camera, partendo dal concetto che tutto quello per cui non c'è ragione perché sia riservato, può essere pubblico. In genere questa è una cosa molto temuta dalle burocrazie interne, ma che alla fine, se gestita in modo intelligente con una politica di comunicazione corretta, conviene anche all'ente pubblico. Normalmente in passato quando voi leggevate sui giornali notizie sul Parlamento, normalmente si trattava dello scandalo dell'assenteismo in aula o delle classifiche di quanto guadagnano e spendono i parlamentari. Questo tipo d'informazione può essere anche giusto ma in realtà poi la Camera il Senato e i Consigli regionali sono luoghi dove, attraverso la produzione legislativa, si decide di aspetti importanti della vita dei cittadini. Liberissimi i giornali di raccontare che non c'era nessuno in aula nel momento in cui si approvava una legge importantissima, liberissimi di scrivere che i deputati guadagnano troppo, ma cerchiamo di far raccontare anche quello che succede in concreto, poi ognuno trarrà il suo giudizio. Nel senso che una legge può piacere o non piacere, ma è importante comunque che si sappia da chi è stata approvata e cosa prevede.

Il nostro lavoro quindi si è mosso su questa direttrice. Molto intelligentemente, secondo me sono stati chiamati dei giornalisti a svolgerlo. Io stesso ho chiamato a mia volta due giornalisti che sono rimasti alla Camera, mentre io – e qui apro una parentesi personale - nonostante le insistenze ho

preferito ritornare a fare il giornalista. Infatti ritenevo comunque che per me fosse più giusto vivere una temporanea *full immersion* dall'altra parte della barricata e poi tornare a fare il mio mestiere.

Vi elenco rapidamente gli strumenti che abbiamo utilizzato. Uno è stato il sito Internet, che ci ha fatto conseguire un risultato doppio, nel senso che ci ha permesso di parlare contemporaneamente ai giornalisti e ai cittadini. È stata una scelta da questo punto di vista anche anticorporativa, pur essendo stata fatta da un giornalista, ponendosi infatti il problema di far conoscere ai cittadini anche cose che spesso ai giornali possono non interessare. L'emanazione dell'Ufficio stampa su Internet dà la possibilità di dire ai cittadini che se vogliono sapere determinate cose che non possono trovare sui giornali, possono appunto guardarle sul nostro sito, dove noi cerchiamo di darle anche in una forma "appetibile" e giornalistica. Ci curiamo noi della mediazione giornalistica, ovviamente nella maniera in cui si può fare in un organismo rappresentativo, dove ci sono tutte le parti rappresentate, dove ovviamente bisogna mantenere una correttezza anche formale nell'esposizione. Sicuramente io non potrò mai scrivere sul sito della Camera che una determinata legge pone dei problemi, però posso cercare di renderla leggibile e chiara a tutti coloro che leggono, anche se non sono giuristi né particolarmente esperti della materia. Questo è quindi in sintesi quello che abbiamo fatto attraverso il sito Internet.

Un altro nostro intervento, sull'esempio di Parlamenti stranieri, è stato quello di liberalizzare il segnale radiotelevisivo. Questa è stata una battaglia abbastanza difficile ma che poi ha portato i suoi frutti. Prima del 1997, per trasmettere in televisione i lavori parlamentari, qualsiasi emittente televisiva, anche la Rai, doveva chiedere un'autorizzazione. Ciò era dovuto al fatto che c'erano stati alcuni episodi nelle vecchie campagne elettorali, dove si prendevano solo dei pezzi di sedute, che magari potevano essere positivi per determinate parti politiche, tagliandone altri. Lì era scattato il solito riflesso condizionato che scatta in questi casi nella burocrazia, ovvero di tendere sempre a ritrarsi di fronte a questo tipo di problemi. Un atteggiamento ben diverso da quello degli uomini politici, i quali, come diceva Zanchi, comunicherebbero volentieri...quindici volte al giorno e hanno la necessità di farsi vedere, di comunicare e di esistere perché sono eletti dai cittadini e quindi in qualche modo sentono di dover rendere loro conto di quello che fanno.

Quindi, siccome c'era chi utilizzava in maniera scorretta il mezzo televisivo, meglio non far vedere più niente se non con il permesso della burocrazia, che avrebbe imposto delle regole in modo tale che tutte le forze politiche fossero rappresentate equamente. Io feci una battaglia per un approccio più pratico, suggerendo di dare la possibilità a tutti, reti pubbliche, private, locali, piccole o grandi, di accedere al segnale radiotelevisivo, facendo sì che in qualche modo il pluralismo dei mezzi di comunicazione avrebbe garantito la

rappresentazione, se non corretta almeno generale e non parziale, di quello che accade in Parlamento.

CHERUBINI: Ringrazio Marco Palocci di averci dato conto della sua esperienza professionale. La scelta di affiancare i nostri due ospiti si rivela così davvero significativa, perché parlare delle Pubbliche amministrazioni significa parlare sia del piccolo comune sia delle grandi istituzioni del nostro paese. La nascita e organizzazione dell'Ufficio stampa della Camera dei Deputati è particolarmente interessante di per sé, ancor di più se messa a confronto con quella capillarità della comunicazione sul piano periferico a cui faceva riferimento Zanchi.

Tra le cose che ha detto Palocci vorrei sottolineare il riferimento allo sviluppo tecnico e poi tecnologico, che è sempre da tenere presente nella storia della comunicazione, dell'informazione e del giornalismo. Da questo punto di vista, riferendoci al giorno d'oggi, basti pensare come la presenza di Internet abbia completamente sradicato la dimensione locale dell'informazione, o come l'esigenza di trasparenza e di maggiore comunicazione tra cittadino e istituzioni – già in atto sul piano internazionale fin dagli anni '70 – sia stata ulteriormente favorita dalla presenza dei siti web che garantiscono una possibilità di interazione molto maggiore.

Vorrei tornare a Zanchi per chiedergli di parlarci più specificamente del Servizio comunicazione e informazione del Consiglio regionale, ancora una volta per far risaltare similitudini e differenze tra i singoli Uffici stampa.

ZANCHI: La Regione Toscana, sin dalla sua istituzione nel 1970, si è posta il problema di creare gli opportuni strumenti d'informazione sulla sua attività e ha fatto immediatamente una distinzione importante: cioè che l'informazione non può essere trattata nello stesso modo e dalle stesse persone a seconda che provenga da un governo o da un'assemblea. È una distinzione che negli anni precedenti non si avvertiva molto e che ormai si percepisce invece anche a livello di piccoli comuni. Voi sapete che l'ultima riforma elettorale ha dato moltissimi poteri gestionali ai sindaci e alle Giunte comunali, mentre le assemblee e i Consigli comunali hanno poteri diversi, d'indirizzo e di controllo più che di gestione diretta dell'amministrazione.

Questi due punti di vista comportano anche diversità di comportamenti. È chiaro che un governo, riguardo ai contenuti e alla valenza di un provvedimento, esprime una valutazione di parte, una valutazione che all'interno delle assemblee non viene necessariamente condivisa oppure è apertamente contestata, con argomentazioni che il cittadino ha diritto di conoscere per potersi formare una compiuta opinione in merito. È giusto, cioè, che i cittadini conoscano tutto l'arco

delle posizioni politiche. Per cui è fondamentale nelle istituzioni rappresentative la distinzione tra Ufficio stampa del governo e Ufficio stampa dell'assemblea.

Questa distinzione, come dicevo, è stata compiuta nella Regione Toscana sin dagli anni '70, così come sin da allora fu scelto di far lavorare nei due Uffici stampa soltanto personale giornalistico (cosa che era tutt'altro che scontata perché spesso il lavoro negli Uffici stampa veniva invece affidato a personale impiegatizio). La legge 150 ha molto più tardi riconosciuto la specificità professionale del lavoro giornalistico in un Ufficio stampa, anche se occorre non dimenticare che ad un giornalista di un Ufficio stampa occorrono anche altre competenze specifiche, oltre quelle giornalistiche. È importante conoscere tutti i meccanismi dell'informazione, i tempi, i modi, gli strumenti di lavoro dei giornalisti, al fine di rispondere adeguatamente alle loro esigenze. Nello stesso tempo, però, chi lavora in un Ufficio stampa deve avere anche altre competenze, giuridiche, amministrative e politiche, ed anche una profonda conoscenza dei modi di funzionamento della Pubblica amministrazione.

Come lavora l'Ufficio stampa di un Consiglio regionale? In pratica tutti gli Uffici stampa lavorano nello stesso modo e con gli stessi strumenti. La diversità non sta tanto negli strumenti e nei modi di lavorare, quanto negli *interlocutori*. È chiaro che il Parlamento nazionale ha come interlocutore tutto il paese e tutti i mezzi d'informazione che nei confronti del Parlamento nazionale hanno ovviamente un'attenzione particolare. Palocci poco fa ricordava che il problema non è quello di far notizia o di riuscire a conquistare spazio. Il problema è quello di far notizia in modo corretto, completo, obiettivo.

Per un Consiglio regionale è un po' diverso. Soprattutto agli inizi esso si è dovuto rapportare con un'opinione pubblica abbastanza indifferente. Si trattava di un'istituzione completamente nuova, che nasceva dal nulla e all'inizio la gente non l'ha compresa. C'è stata anche una fase transitoria di conflittualità tra Stato e Regioni, durata alcuni anni, riguardo alla suddivisione delle competenze. E ciò rese difficile, per un cittadino, capire quale fosse il ruolo della Regione.

Di conseguenza diveniva più difficoltosa anche la ricerca di spazio informativo all'interno dei *media*. Questi spazi si sono aperti di pari passo con la capacità della Regione di esercitare il proprio ruolo, le proprie competenze, e nello stesso tempo con la percezione da parte dei cittadini del fatto che la Regione interagiva sempre di più negli interessi quotidiani, personali e collettivi, delle persone.

La diversità degli interlocutori sta nel fatto che quelli della Regione sono generalmente limitati all'interno di un territorio. L'informazione quotidiana è infatti rivolta essenzialmente ai *media* operanti in quel territorio: in Toscana, per esempio, i quattro quotidiani che hanno edizioni regionali e cronache locali, tutte le emittenti radiotelevisive private e la redazione regionale della Rai. Ciò non esclude che una notizia, proveniente dalla Toscana e che abbia interesse generale,

trovi spazio sui *media* nazionali, tramite il canale delle agenzie o dei corrispondenti locali.

CHERUBINI: Vorrei che Palocci commentasse quanto ha detto Zanchi. In questo senso noi abbiamo a confronto due esperienze professionali che sono quasi diametralmente opposte.

Zanchi ha avuto una bella carriera come giornalista, prima del suo impegno nella Pubblica amministrazione, soprattutto per la collaborazione a numerosi quotidiani di informazione e sportivi ed anche per l'esperienza davvero importante che in Toscana è stata rappresentata dal *Nuovo Corriere Senese*. Marco Palocci ci ha detto: "io lavoravo all'Ufficio stampa della Camera, l'ho organizzato, poi ho preferito tornare a fare il giornalista". In particolare chiedo perciò a Palocci di approfondire questo tema, ovvero quello relativo alla differenza che si può rilevare tra l'occuparsi di informazione all'interno della Pubblica amministrazione e il fare il giornalista per una testata.

PALOCCHI: In qualche modo vedo una differenza abbastanza evidente. Nell'Ufficio stampa il tuo punto di riferimento generale normalmente sono gli altri giornalisti, nel senso che tu sei un mediatore tra l'ente o l'istituzione che produce una determinata cosa e i giornalisti che se ne dovranno occupare. Quindi il tuo rapporto non è direttamente con l'opinione pubblica, ma è con i giornalisti. Questo spiega perché sempre più spesso, non solo nelle amministrazioni pubbliche ma anche nelle aziende importanti, si tende ad affidare a giornalisti il ruolo di capo Ufficio stampa, di direttore della comunicazione, spesso anche con il compito di relazioni esterne.

Per fare un esempio, la Fiat ha un direttore della comunicazione che era stato direttore di Rai 1, e prima ancora responsabile del servizio economico del Tg1. Il direttore della comunicazione dell'Enel è un ex giornalista. È una tendenza che è iniziata prima nelle aziende private e poi nelle Pubbliche amministrazioni, perché il giornalista - avendo come interlocutore i giornalisti -, conosce i meccanismi di funzionamento del mestiere, come giustamente diceva Zanchi. Così, per esempio, non farà mai l'errore di convocare una conferenza stampa alle otto e mezzo di sera, che è il momento in cui tutti i giornali chiudono e quindi a meno che uno non annunci che si sta per suicidare non ci andrà nessuno.

Ma a parte questo aspetto banale, il problema poi è proprio il modo di rapportarsi con i giornalisti. Ovvero: come dare determinate notizie, a chi darle, se darle a tutti, come filtrare per esempio le cento richieste di interviste per il capo dell'azienda o per il Presidente della Regione. Ed è altrettanto necessario evitare che quelli a cui non dai la notizia si vendichino il giorno dopo, e non rischiare di far finire la tua istituzione stritolata nei conflitti di concorrenza tra i

vari giornali, per cui capita spessissimo che un giornale critica un determinato provvedimento solo perché un giornale concorrente ha preso per primo una posizione favorevole. È evidente che in situazioni di questo tipo, un giornalista che possibilmente conosca non soltanto i meccanismi dell'informazione ma anche gli uomini che la fanno, abbia più possibilità di stabilire strategie che mettano al riparo da questi problemi l'azienda, l'istituzione, l'Ente per il quale lavora.

Invece il giornalista che lavora in un giornale ha un compito quasi opposto. In linea di massima, diciamo che quando un giornalista viene messo a fare l'Ufficio stampa in genere è un po' come... mettere la volpe a guardia del pollaio: siccome sa come si mangiano le galline, si presume che sia bravo anche ad evitare che le altre volpi se le mangino. Di fatto, il giornalista che lavora dall'altra parte della barricata in linea di massima ha innanzitutto un rapporto non conflittuale ma comunque di controparte nei confronti dell'Ufficio stampa. Dopo aver fatto questo mestiere ho un grandissimo rispetto per i colleghi che lavorano in un Ufficio stampa però, proprio perché l'ho fatto so benissimo che il collega dell'Ufficio stampa non mi può sempre dire tutto, il suo lavoro spesso consiste anche nel non dirmi determinate cose. Se lo fa in maniera corretta io non ho motivi per non stimarlo o per portargli rancore.

Naturalmente il compito dell'Ufficio stampa è quello di veicolare l'immagine dell'ente per cui lavora nel modo più positivo possibile. Il compito del giornalista invece, avendo come referente almeno in teoria il lettore, è quello di raccontare nel modo che ritiene più obiettivo possibile cosa effettivamente sta succedendo in una determinata situazione. Se io devo raccontare che c'è uno scontro all'interno di una determinata istituzione, all'Ufficio stampa mi diranno che non c'è nessuno contrasto, ma questo non mi fermerà dal cercare altre informazioni, altre fonti per capire cosa succede. Quindi, muovendo da un rapporto diretto con i lettori, il giornalista tende ad avere anche un rapporto dialettico con gli Uffici stampa.

CHERUBINI: A questo punto il quadro è davvero completo perché l'evoluzione del rapporto tra Pubbliche amministrazioni e cittadini è stata analizzata anche attraverso la sua interazione con il *mondo dell'informazione nel suo complesso*, e con i giornalisti *esterni* a questo tipo di rapporto.

Domande:

LUCA BARBONI: Mi collego al secondo intervento del dottor Zanchi che ci ha illustrato il lavoro dell'Ufficio stampa negli ambiti periferici. Il nostro problema, di chi è studente, laureando o laureato, sarà quello poi di riuscire ad arrivare a lavorare in un Ufficio stampa. Molto spesso nelle piccole

amministrazioni, nelle realtà locali, negli ospedali, questi Uffici stampa ci sono e sono gestiti anche da persone competenti. In genere un giovane ci può entrare, ma non a lavorare, bensì al massimo a fare degli *stage*. Secondo me, nel passato le Pubbliche amministrazioni tendevano ad investire sul *capitale umano*, sulle persone, dando la possibilità ai giovani di fare dei contratti trimestrali, semestrali, annuali, che comunque venivano retribuiti. Oggi invece, per gli stessi contratti, si richiedono persone che hanno già lavorato nel settore e non viene più data la possibilità di fare esperienza: l'amministratore locale è diventato un *manager* e non c'è più interesse per gli aspetti umani e professionali ma piuttosto per il bilancio di fine anno. Vorrei una vostra valutazione su questo punto.

ZANCHI: Intanto dovete tenere conto, in riferimento alle competenze, che nell'Ufficio stampa di una Pubblica amministrazione sono necessarie, oltre a quelle giornalistiche, anche quelle giuridiche e politico-amministrative. Ciò perché nelle Pubbliche amministrazioni si entra per concorso. Se fate un concorso per l'Ufficio stampa, le materie di esame sono comunque anche giuridiche.

C'è poi un problema pratico. Nel lavoro quotidiano bisogna conoscere in modo molto serio e approfondito i meccanismi con cui lavora la Pubblica amministrazione. Vi faccio un esempio: avrete sicuramente sentito parlare in questi giorni dello scandalo degli emendamenti in bianco avvenuto al Comune di Milano. Non tutti i giornalisti sanno come funziona questo meccanismo: come si presenta un emendamento, in quali forme, in quali tempi. L'Ufficio stampa lo deve sapere perché, quando gli viene richiesto: "come doveva funzionare questa cosa?", il giornalista dell'ufficio non può rispondere: "ora vado ad informarmi", ma deve essere in grado di fornire adeguate spiegazioni, pena la perdita di credibilità, che in un Ufficio stampa è il bene più importante. Se non sei in grado di dare le informazioni in modo giusto, oppure le dai errate anche se in buona fede, i giornalisti non ti considerano più un punto di riferimento importante e si rivolgono ad altri canali informativi.

Sono poi d'accordo con te su alcune cose. È chiaro che l'interesse delle Pubbliche amministrazioni, che hanno anche la possibilità di stipulare contratti professionali a termine, è quello di andare a prendere personalità già affermate, che in qualche modo garantiscono non solo le capacità professionali, ma anche un'immagine esterna, un approccio più autorevole con i colleghi dei *media*. Mi rendo conto che questo limita la possibilità d'inserimento dei giovani. Devo dire però che la Legge 150, con gli obblighi che ha imposto alle Pubbliche amministrazioni d'istituire progressivamente sempre più Uffici stampa nel tempo, aprirà spazi anche per nuovi posti di lavoro. Quando il processo di attuazione della legge sarà andato a compimento, non credo che saranno molti i

giornalisti che usciranno dai giornali per trasferirsi negli Uffici stampa, anche perché già adesso le due professionalità si stanno sempre più specializzando.

PALOCCI: Io sono completamente d'accordo con Zanchi e vorrei sottolineare soprattutto un punto. Sono anch'io convinto che in un futuro abbastanza prossimo lo sbocco lavorativo dell'Ufficio stampa, o comunque degli Uffici per le Relazioni col Pubblico o degli Uffici di comunicazione nei vari Enti locali e non solo, sarà molto forte. Soprattutto per i giovani che come voi vengono da una Facoltà come quella di Scienze Politiche. Prima Zanchi diceva una cosa fondamentale: per quanto riguarda in particolare le Pubbliche amministrazioni - nel privato è un discorso diverso - c'è bisogno di una preparazione non esclusivamente di teoria della comunicazione. C'è bisogno anche di una preparazione giuridica e storico-politica. Anche se uno lavora nell'Ufficio stampa del più piccolo comune italiano, non può per esempio non sapere in quale anno è stata fatta la Costituzione. Deve avere delle competenze che comunque gli permettano di trattare in maniera diretta sia con i politici che con i giornalisti.

Quindi da questo punto di vista io vedo molti spazi. Certo non immagino che diventerà lo sbocco predominante per il laureati in Scienze Politiche, ma lo vedo da un certo punto di vista come una prospettiva più plausibile di quella di fare il giornalista nei giornali.

Il nostro amico si lamentava degli *stage* che si fanno nelle Pubbliche amministrazioni, ma a tale proposito si può richiamare ciò che si fa per entrare nei giornali. Nel senso che, mentre prima non c'era una regolamentazione dell'accesso e quindi era tutto molto casuale, adesso c'è una regolamentazione molto precisa. Oggi il percorso principale è quello delle Scuole di giornalismo o della Facoltà di giornalismo. Ma anche dopo queste scuole naturalmente gli editori usano al massimo la possibilità di *stage*, di sostituzioni per malattie e maternità ecc... È inevitabile mettere alla prova le persone che si prendono, qualora se ne abbia la possibilità, è una tentazione fortissima non solo per l'amministrazione pubblica ma anche per i privati. Io non sapevo che ci fosse questa possibilità di *stage* anche negli Enti locali, che a quanto sento viene ampiamente utilizzata, comunque credo assolutamente che venga usata molto di meno e in maniera forse più garantista rispetto a come viene utilizzata nei giornali. È comunque un passo purtroppo necessario per chi sente la vocazione o la voglia di fare questo mestiere.

CHERUBINI: Vorrei brevemente esprimere un mio parere sulla questione degli *stage*. Come ben sapete, la recente riforma universitaria ne ha previsto l'introduzione - con il riconoscimento di specifici crediti -, ma già in precedenza l'Università di Siena aveva un Regolamento in materia. Le difficoltà di attuazione

non sono naturalmente mancate, ma nel complesso proprio il settore dell'informazione, del giornalismo e degli Uffici stampa ha dato buoni risultati e a me personalmente tante soddisfazioni. Voi giovani dovete scontare l'eccesso di flessibilità lavorativa che sta investendo la nostra società, ma rimane comunque importante l'esperienza di avvicinarsi ad un settore professionale, essere seguiti da *tutor* aziendali e universitari, avere certificata la propria attività, e appunto acquisire quelle competenze iniziali che insieme alle forti motivazioni personali e ad una adeguata formazione scolastica e universitaria dovrebbero essere alla base di un futuro, *vero*, lavoro.

CRISTIAN LAMORTE: La mia domanda forse fuoriesce dal nostro tema specifico, ma comunque si riallaccia ai rischi impliciti nel *dover fare notizia*, che interessano sia il normale giornalista sia l'Ufficio stampa. Secondo il mio modo di vedere in questo rischio subentra probabilmente il difficile rapporto tra il giornalista e l'opinione pubblica, con particolare riferimento a ciò che il giornalista ritiene che interessi maggiormente l'opinione pubblica.

Faccio un esempio per spiegarmi in maniera più chiara. Se negli ultimi giorni ho trovato in qualsiasi quotidiano una pagina interamente dedicata al fatto che una magazziniera dell'esercito americano è stata liberata con un'azione quasi da film, è stato ben più difficile trovare in un giornale una pagina interamente dedicata, per esempio, al fatto che cento guerriglieri Tutsi muoiono in Ruanda. La colpa di tutto questo è più dell'opinione pubblica o del giornalista?

ZANCHI: Non voglio entrare nel merito dei meccanismi dell'informazione perché la domanda implicherebbe considerazioni di carattere forse troppo generale. Certo, alcuni meccanismi sono perversi, su questo non c'è il minimo dubbio. Il problema di ciascun giornalista è quello di dover comunque scegliere tra le varie informazioni in suo possesso. Le pagine sono quelle, gli spazi sono quelli. L'informazione negli ultimi tempi si è anche modificata, come avete visto molte pagine contengono solo titoli a una colonna, gli articoli sono molto più brevi di come erano venti o trenta anni fa. Sta di fatto però che comunque c'è un limite di spazio e di tempo, limiti che escludono di fatto che si possa raccontare ogni giorno tutto ciò che avviene in Toscana, in Italia, in Europa o nel mondo. È necessario scegliere. La valutazione sulle priorità e l'importanza delle notizie naturalmente è di unica responsabilità del giornalista, che a volte fa bene ed altre sbaglia. Il giudizio può essere espresso solo dal lettore, che ha a disposizione una grande arma di difesa, quella cioè di comprare un altro giornale o di cambiare canale televisivo.

Dal punto di vista di un Ufficio stampa, invece, la difficoltà di trovare posto in uno spazio molto ristretto, può indurre nella tentazione di amplificare una notizia per stuzzicare l'attenzione. Il discorso è particolarmente delicato. Se

non c'è niente di male a cercar di rendere interessante una notizia, bisogna tener presente in ogni caso che mai si può indulgere a confezionare una notizia tesa ad ingannare i cittadini e i colleghi giornalisti. Quest'ultimi tra l'altro sono lettori particolarmente attenti e smaliziati e ne perderesti immediatamente ed irrimediabilmente la fiducia.

PALOCCI: Io ho pochissimo da aggiungere perché condivido perfettamente quello che ha detto Zanchi. Aggiungo solamente una piccola cosa. Premetto che anch'io sono assolutamente critico, come credo Zanchi e tutti i giornalisti, sul modo nel quale facciamo i giornali, perché tutti poi pensiamo che sarebbe più interessante farlo in un altro modo, scegliere determinate notizie piuttosto che altre. È un po' come la Nazionale di calcio, siamo tutti allenatori. Così i giornalisti sono tutti direttori. Chiarito questo, a tutti quelli che fanno giustamente questa obiezione e si chiedono perché vengono raccontate queste cose piuttosto che altre, io dico che fortunatamente viviamo in un paese con un mercato della stampa quanto mai ampio. Io sono sicuro che ci siano anche giornali, magari non quotidiani ma settimanali mensili o quindicinali, che raccontano anche le cose di cui giustamente parlavi tu. Comprateli.

Voglio dire che alla fine il meccanismo dell'informazione, purtroppo o per fortuna, è un *business*. Se un editore si accorge che i temi trattati sul suo giornale hanno successo e fanno aumentare il numero di copie vendute, sicuramente incoraggerà il giornale affinché continui a dare quel tipo di notizie. In fondo la gerarchia delle notizie che voi trovate sui giornali, per quanto discutibile e discussa dagli stessi giornalisti, spesso nasce anche da indagini di mercato, nel senso che i direttori debbono il loro successo e la loro permanenza al loro posto al fatto che il giornale vada bene, venda copie e incassi i soldi della pubblicità. Per cui evidentemente ritengono che il *mix* di notizie che pubblicano è il più adeguato per aumentare le copie vendute e il carico pubblicitario. Il lettore, come diceva Zanchi, ha un'arma assolutamente micidiale nei confronti dei giornali, comprarli o non comprarli.

DIAMO I VOTI ALLA TV

CHERUBINI: Oggi parleremo di televisione, e in particolare di critica televisiva. Il nostro ospite – Antonio Dipollina - per la prima volta interviene all'interno del Corso di Storia del giornalismo della nostra Facoltà. Per me si tratta di una occasione particolarmente significativa, perché per lungo tempo ho seguito l'attività professionale di Dipollina, stabilendo con lui quel rapporto privilegiato e virtuale che può e dovrebbe legare il giornalista e il suo lettore. Un rapporto in base al quale quotidianamente si va a cercare quella determinata firma in calce ad un articolo, come si cerca un amico o comunque un interlocutore che ti faccia pensare, che ti stimoli e magari ti faccia anche sorridere.

Passando al nostro tema, parlare oggi di televisione implica il tener conto di una realtà televisiva che si è presentata tale a partire dalla metà degli anni '70, ossia a partire dalla riforma della Rai del 1975 e poi dalla rottura del cosiddetto "monopolio dell'etere". Allora infatti hanno cominciato a presentarsi una serie di novità – con le loro caratteristiche sia positive che negative – tali da cambiare progressivamente l'assetto del sistema televisivo nazionale, sia sul piano della gestione e differenziazione delle emittenti, sia in quello della tipologia e dei contenuti nella programmazione.

In questa cornice, per noi sono estremamente interessanti proprio l'esperienza personale e l'impegno professionale del nostro ospite. Dipollina è laureato in Scienze Politiche ed è approdato subito al mondo del giornalismo. La sede in cui ha svolto la sua attività è stata in gran parte *La Repubblica*, giornale che nasce nel 1976 con numerose novità rispetto alle testate tradizionali precedenti. E in una sede così particolare nel panorama del giornalismo italiano, Dipollina ha cominciato a svolgere il suo attuale *mestiere*, ossia quello di fare critica televisiva.

Ci spiegherà quindi le caratteristiche del suo lavoro, analizzando contestualmente ciò che negli ultimi anni è successo *all'interno* della televisione con i cambiamenti nei programmi, con l'alternarsi di diversi protagonisti e personaggi. Infine ci illustrerà come la sua competenza si sia andata estendendo ad una più ampia *critica dello spettacolo*.

È indubbio che quello della televisione sia un tema attualissimo, che oggi vive un momento particolarmente delicato, sia per quanto riguarda la regolamentazione normativa del duopolio pubblico-privato, sia per il rischio di forti condizionamenti politici. Su questi temi il dibattito è apertissimo, e la nostra vuole essere solo una occasione per valutare alcuni aspetti della realtà che ci circonda, attraverso l'esperienza professionale diretta del nostro ospite e senza la

pretesa di dare giudizi che sconfinerebbero dallo scopo principale: muovere dalla *Storia* del giornalismo per vedere anche alcuni aspetti del giornalismo e della comunicazione ai nostri giorni.

L'ultimo punto lo lasciamo all'esperienza che Dipollina ha fatto nella Tv satellitare. In questo caso chiamerò in causa ancora una volta Riccardo Pratesi che ha collaborato con lui alla esperienza della *Tele*.

La *Tele* è stata una rivista che lo stesso Dipollina ha diretto fino a poco tempo fa e che si è impegnata capillarmente e brillantemente nell'informazione in tale ambito. Un ambito in piena espansione, ma che in Italia è ancora penalizzato dalla tendenza a far prevalere gli aspetti *quantitativi* della programmazione, rispetto alle esigenze di una più meditata e *critica* valutazione e selezione dei canali e dei programmi stessi.

DIPOLLINA: Tra le cose che ha detto la professoressa mi piace muovere dal riferimento cronologico alla metà degli anni '70. Allora avevo 15/16 anni e vivevo in provincia: con un gruppetto di amici si usciva la sera o il pomeriggio tardi e alle 19.35 dicevamo: "Si è fatto tardi, andiamo a vedere il Tg2".

A dirlo oggi fa ridere, ma il Tg2 di allora rappresentava un'innovazione incredibile per il linguaggio, per le cose che si dicevano, per il modo di affrontare i temi. Prima di allora c'era la televisione unica, fossilizzata, con i suoi schemi, che nel bene o nel male condizionava tutto il paese. Eravamo ora di fronte ad una grande novità che non investiva solo il campo dell'informazione. In quel periodo, per esempio, andavano in onda le prime commedie di Dario Fo: facevano ascolti che oggi andrebbero considerati leggendari, anche perché non c'era nient'altro da vedere, questo non dimentichiamocelo.

Il fatto di esser stato adolescente in quegli anni è stato dunque per me una spinta importante verso la televisione. Una sorta di ventata nuova in un decennio davvero fondamentale – in positivo e poi in negativo – per la storia del nostro paese.

La nuova fase della televisione, la sua capacità di rivolgersi ad una fascia di giovani, com'ero io, la possibilità che il sistema informativo si aprisse concretamente ad una società in evoluzione, rappresentò per me un incredibile vantaggio. Avevo deciso di iscrivermi all'Università, Scienze Politiche a Milano, in un periodo che per l'Università era ancora abbastanza difficile, comunque con la sensazione che stessero per moltiplicarsi le possibilità di lavorare nell'informazione, e in particolare in quella collegata alla televisione. Per me che da diversi anni dicevo di voler fare il giornalista, tutto ciò è stato indubbiamente decisivo per il mio futuro lavoro di critico televisivo. L'impegno in questo campo ha fatto in modo che la laurea e le prime collaborazioni con *Repubblica* arrivassero insieme.

Prima ci fu anche una brevissima parentesi televisiva nella prima emittente televisiva di Silvio Berlusconi. Oggi a questo personaggio e al suo impero televisivo si legano tante problematiche e tante polemiche, soprattutto dopo la sua scelta di schierarsi direttamente in politica. Ma allora la sua era un'azienda televisiva che nasceva da un'apertura di mercato permettendo di creare dal nulla redazioni anche molto grandi. In generale c'era quindi richiesta di persone che volessero fare questo mestiere dimostrando di capirne i meccanismi.

Questa breve parentesi televisiva di un anno e mezzo circa, mi ha insegnato a confezionare servizi televisivi. Ho imparato a lavorare in un mezzo con il quale non avevo mai avuto niente a che fare e che ha particolari specificità. I primi due mesi furono terribili, non capivo assolutamente niente di come si dovesse organizzare un servizio. Ricordo una tragica intervista che feci a Giorgio Bocca in cui lui sapeva che in una ripresa televisiva bisognava fare i controcampi. Quindi lui mi diceva: "Adesso devi farlo" e io rispondevo: "Sì!". Ma non sapevo assolutamente cosa fosse. Il risultato fu assolutamente tragicomico, che poi riparammo quando riportammo il prodotto finito. Il mio capo mi chiese: "E i controcampi?". Io gli dissi che non me li aveva insegnati nessuno. Non era una scuola e bisognava imparare tutto a ritmo frenetico. Dalla volta successiva sperimentai anche i cosiddetti piani d'ascolto: inquadrare le mani per inframezzare l'intervista al personaggio quando si fanno dei salti audio o si passa da una risposta all'altra.

Io però volevo scrivere. Era la mia vera passione e anche l'unica cosa che mi riuscisse: dieci fogli di tema all'esame di Maturità, poi il compito di matematica in bianco e scene semi-mute agli orali... Con tali premesse prima o poi qualcuno avrebbe dovuto darmela una possibilità. Quando *Repubblica* aumentò le sue pagine di cronaca milanese, vennero fatte quattro assunzioni e a me chiesero se preferivo continuare a lavorare in televisione oppure dedicarmi alla carta stampata. Io decisi ovviamente per la carta stampata (non ho mai capito se ho fatto bene, ma questo è un altro discorso). Da allora ho fatto 15 anni splendidi anche a ritmi faticosissimi. Siamo nel 1989 a *Repubblica*.

CHERUBINI: Eccoci dunque all'aspetto che ci interessa in modo particolare: cosa significa fare il *critico televisivo*, cercando anche di cogliere quelle necessità di tipo "diplomatico" per interagire con chi si deve giudicare, con chi ti commissiona un certo pezzo, e poi come si stabilisce, se lo si fa ancora, un rapporto con il lettore.

Vorrei che il nostro ospite ci spiegasse come è arrivato alla critica televisiva, con particolare riferimento ai tre anni in cui su *Repubblica* compariva con un riquadro di critica alla trasmissione del giorno precedente, oppure al personaggio emerso durante la settimana o ad alcuni aspetti particolarmente pesanti, talvolta addirittura volgari, della televisione italiana. E da sua assidua

lettrice ribadisco che Dipollina ha saputo farlo sempre con incisività e ironia, con la consapevolezza di criticare qualcosa che serviva da intrattenimento.

DIPOLLINA: Ci sono arrivato da cronista. Il mio lavoro oggi è per molti aspetti interessante, se si pensa che sono a contatto con personaggi in vista. Lunedì devo intervistare il popolarissimo cantante Eros Ramazzotti e se lo faccio io che non sono un suo fan, sicuramente avrò un con occhio più critico. In generale credo di non aver comunque subito il fascino dello *star system*. Mi ci muovo dentro appunto da *cronista*. Quando arrivò l'offerta di fare la critica televisiva io non ne ero molto attratto, poi decisi per il sì anche per mettermi alla prova. A quel punto la televisione dovevo davvero cominciare a vederla. Fino a quel momento mi ero limitato a seguire le cose essenziali: *Blob* su tutte, un compendio del meglio e del peggio che offre la televisione, che rimane tuttora importante ed è oggi riscontrabile anche su Internet con le puntate del giorno precedente.

Il mio compito diventava quindi quello di vedere la televisione, vederla davvero, vedere tutte le prime puntate dei programmi che vanno in onda. Credo di aver visto in vita mia cose... invereconde che normalmente non avrei guardato neanche sotto minaccia armata; di molti programmi ho dovuto vedere anche le seconde e le terze puntate. Poi si deve ogni giorno prendere una cosa e scriverne, raccontarla; cercando di dare una qualche continuità ai resoconti e ai commenti. Fa infatti parte della mia disciplina personale dare una sorta di uniformità al mio lavoro. Questa è la parte bella.

Quella brutta è stata che in quei tre anni e mezzo in cui ho fatto questo mestiere è andata enormemente aumentando l'invasione televisiva nella vita del nostro paese. Basti pensare a quei *talk show* in diretta che si pensava avrebbero condizionato il dibattito politico dei giorni successivi. È stata una televisione caldissima da quel punto di vista, in cui bisognava stare innanzi tutto molto attenti. Se c'era un programma di Michele Santoro, non potevo certo registrarlo e vederlo dopo: dovevo seguire in diretta se succedeva qualcosa e subito darne conto. Ci sono stati momenti difficili in questo periodo (per esempio il "caso Luttazzi"), per non parlare dei periodi elettorali: un mese prima si entrava in una fibrillazione completa per cui bisognava seguire tutti gli incontri politici che andavano in onda, senza dimenticare cosa succedeva nell'intrattenimento, che è fondamentale in televisione, per vedere come cambiava, quali programmi e quali personaggi emergevano. Io ho registrato la caduta verticale dell'intrattenimento televisivo che è andata di pari passo con una stabilizzazione degli ascolti, per cui ad un certo punto le emittenti televisive hanno visto che agli ascolti necessari ci arrivavano con prodotti abbastanza scarsi, che costavano molto poco. Allora si sono adeguate (e secondo me lo ha fatto soprattutto Mediaset) a questo *trend* macinando utili impressionanti con l'intrattenimento a costi bassi.

Raccontare tutto ciò da un punto di vista critico significava quasi sempre parlare male di quello che andava in onda. In seguito – come ben sapete – si è consolidata l'anomalia televisiva italiana, con il ruolo politico di Silvio Berlusconi e tutti i rischi conseguenti: in primo luogo il rischio che ogni critica venisse automaticamente imputata alla linea politica del giornale per cui scrivevi, e ciò ha reso più delicato e difficile il mio lavoro come quello di altri operatori dell'informazione e della televisione.

CHERUBINI: Un aspetto che mi preme sottolineare è quello del passaggio da un elemento positivo - come indubbiamente è stato l'aumento di offerta televisiva con lo sviluppo del settore privato negli ultimi 20 anni -, fino ad un appiattimento generalizzato quale emerge dalla attuale programmazione complessiva. È indubbio che tante rimangono le occasioni di avere una "buona televisione", ma è pur vero che la possibilità di ampliare, diversificare, intensificare i diversi tipi di programmi sembra oggi arenarsi in una rincorsa all'*audience* senza una effettiva volontà di migliorare la qualità dell'offerta.

DIPOLLINA: La caratteristica principale della Tv che abbiamo ora e che ci accompagnerà ancora per anni è la "Tv al risparmio": di mezzi, di idee, coraggio. Perché? Perché il sistema sta in piedi molto bene. Dà lavoro a tanti, alimenta uno *star system* che secondo me è una delle dannazioni più forti che possono capitare ad un paese. Credo che all'estero lo *star system* offra momenti di televisione molto dignitosi, da noi è per lo più una cosa inguardabile che tuttavia esercita un fascino su larghe fasce di popolazione. Ricordo una delle cose migliori prodotte in televisione: è stata un documentario di Riccardo Iacona della squadra di Santoro, che, andando un'estate in Sardegna, semplicemente si mise ad ascoltare e registrare le (tant!) persone che passavano le loro vacanze sul molo a veder sfilare i vip, o presunti tali, che andavano e venivano dalle barche.

Qual è il problema italiano? A mio giudizio è stato l'abbassamento del livello nonostante gli inizi positivi dovuti alla diversificazione della programmazione televisiva, che ha avuto il suo momento più felice con la Rai 3 diretta da Angelo Guglielmi.

Qualcuno di voi forse ricorda quella che fu definita la "*golden age*" della Tv di Stato, e temo rimarrà un ricordo ancora per molto tempo. Quello fu il tardo effetto della riforma del 1975, una conseguenza di un processo che ha prodotto ottime trasmissioni e che è durato abbastanza. Personalmente ritengo che abbia arricchito molto culturalmente una buona fascia del paese. Guglielmi prese Rai 3 che faceva il 3% degli ascolti, con una programmazione che verrà studiata negli anni come un fenomeno televisivo senza precedenti ma soprattutto, temo, senza futuro, e la portò a medie del 14-15%. Fece comunque il pieno dei telespettatori che cercavano altro in Tv e questo fu il suo merito. Merito di alcuni personaggi,

tra cui Guglielmi in particolare, che, avendo vissuto la televisione dagli inizi lavorandoci dentro, presero in mano un'idea e la portarono avanti contro tutti e contro tutto. Quella Tv, checché se ne dica, fu molto osteggiata anche dal Partito comunista che pure in base alla cosiddetta *lottizzazione* era insediato proprio ai vertici di Rai 3. Ma come la faceva Guglielmi non piaceva assolutamente ai vertici di partito, tanto che la cosa finì, o diventò un'altra cosa, anche per una reazione politica abbastanza forte.

Per dirvi perché secondo me quella era *buona televisione*, sottolineo che la buona televisione non può nascere da gente che si mette intorno ad un tavolino e tale televisione la scrive prima, la programma prima su codici, su idee... Servono piuttosto personaggi alla Guglielmi e adesso non mi sembra che ci siano in giro. Sono purtroppo delle eccezioni. La buona televisione, sintetizzo con uno slogan finale, nasce da improvvisazioni e intuizioni; la cattiva televisione invece si può programmare a tavolino ed è quello che purtroppo ci sta succedendo.

CHERUBINI: Adesso chiederei a Riccardo Pratesi di introdurre il tema della televisione satellitare per entrare nell'esperienza della *Tele*. Come ho detto all'inizio, questo settimanale aveva tentato di dare un quadro generale e anche critico di una offerta televisiva che in questo momento è anche molto più ampia rispetto agli ambiti e confini di cui abbiamo trattato finora. E colgo l'occasione per sottolineare l'importanza di aver avuto un ospite come Dipollina, capace di conoscere e di muoversi professionalmente ad ampio raggio in un sistema televisivo ormai alquanto variegato come quello attuale.

PRATESI: Ho collaborato alla *Tele* sotto la direzione di Dipollina e questo mi consente di darvi qualche spunto a proposito di un fenomeno recente e già affermato come appunto la televisione satellitare.

Anzitutto la televisione satellitare rappresenta uno sconvolgimento abbastanza grande proprio dal punto di vista del confronto generazionale. Chi ha vissuto l'evoluzione della televisione in Italia chiaramente ha dei "paletti", degli standard che la televisione satellitare ha cancellato o scavalcato. Estremizzando il concetto, quando mio nonno mi dice la domenica sera: "Perché hai visto la partita e io no?" E io gli rispondo: "Perché io ho il *decoder* e la parabola". Non è facile neanche spiegare esattamente come funziona e il vero effetto "a tutto tondo" di questa Tv si vedrà negli anni futuri.

Il secondo concetto che voglio proporre - poi ognuno si fa una sua idea in proposito -, consiste nel chiedersi se sia giusto pagare per vedere la televisione, e se valga la pena pagare qualcosa nell'offerta e nel servizio dati; cioè se la qualità debba essere pagata o meno. La televisione satellitare è una televisione più tematica e ti offre la possibilità di trattare solo temi esclusivi che vanno da tutto

lo sport a tutto il cinema, tutta la musica ecc. Per quanto riguarda la mia esperienza posso ricordare le difficoltà che ci sono a scrivere per un settimanale rispetto a un quotidiano soprattutto per reperire le fonti; noi presentavamo avvenimenti 15 giorni prima che andassero in televisione, ci venivano comunicati i palinsesti ma le novità dell'ultimo momento non le potevamo sapere. Quindi come poter offrire al lettore un servizio adeguato? La fonte primaria era essenzialmente Internet sapendo riconoscere i siti attendibili da quelli che invece non lo sono. È ovviamente più difficile essere interessanti su un pezzo in cui è impossibile essere aggiornati sulle novità dell'ultimo momento; perciò per me l'esperienza alla *Tele* è consistita non tanto nel puntare sull'*informazione*, quanto piuttosto nel trovare degli *approfondimenti* che al lettore potessero interessare.

DIPOLLINA: La *pay Tv* vende se stessa come Tv di qualità, in quanto di qualità quindi si paga. Sacrosanto. Cos'è però la qualità in questo caso? Non sono solo bellissimi documentari, straordinari concerti che si rivolgono a un pubblico ristretto che paga ritenendo che il prodotto offerto lo merita. Ma la qualità principale che viene venduta dalle *pay Tv* è assolutamente "basi": è il film senza pubblicità, è la partita di calcio senza gli spot dentro. La qualità è diventata per lo più questa.

Secondo me – e mi assumo tutta la responsabilità di questa mia analisi -il problema è che la televisione non satellitare, quella normalmente trasmessa sui nostri canali, è stata costruita argutamente con precisi interessi economici: una televisione in chiaro, generalista e mediocre, che si regge da sola, trova comunque un riscontro. In questo modo vengono presi i *format* e schiaffati dentro la televisione; il *Grande Fratello* non costa nulla e riceve un sacco di ascolti. Voi, prima che arrivasse, sentivate la mancanza del *Grande Fratello*? Secondo me no. La Tv italiana quale è oggi è stata costruita artificialmente proprio come un parco divertimenti, che soddisfa una quantità sufficiente di persone per avere dei fatturati e degli investimenti. Il discorso è prettamente industriale. Quello che rimane fuori è a quel punto etichettato come qualità e rischia di non essere altro, la cosa mi fa letteralmente rabbrivire, che il film senza pubblicità. Perciò è stato creato un mercato alternativo in cui altre persone, che non trovano più niente da vedere nella Tv *normale*, pagano di più e occupano un'altra fetta di mercato. A questo punto il quadro viene completato moltiplicando i fatturati all'inverosimile. Il fatto che ci potrebbe essere una televisione che non si paghi e che sia di qualità...credo che ce lo scordiamo ancora per molto tempo! La scelta che è stata fatta è questa, e questa è la realtà con cui ci dobbiamo assolutamente confrontare. Non è comunque emerso un discorso di creatività, di idee, di crescita di comunicazione del paese. Secondo me non va dunque necessariamente demonizzata la pubblicità: in confronto a questa televisione, la pubblicità è...come Leonardo Da Vinci in confronto a mio cugino. La pubblicità

ha nel suo DNA il fatto di stupire, sorprendere, coinvolgere il telespettatore, e se non fa questo davvero non la guarda nessuno; solo per queste cose è una specie di capolavoro.

La realtà con cui abbiamo a che fare è quindi questa, non è bellissimo a dirsi ma bisogna esserne consapevoli; i mercati creano ormai questa sorta di equilibrio su cui si regge il sistema televisivo oggi in Italia...raccontarlo poi è difficile, molto difficile.

Domande:

NICOLA VASAI: Io lavoro per una televisione locale della provincia di Firenze e vorrei fare almeno una considerazione sul giornalismo televisivo, e in particolare della Rai, al giorno d'oggi.

Mi trovo spesso a fare il *portamicrofono* per i giornalisti della Rai, e soprattutto di Rai 3 regionale. Mi chiedo perché non vadano direttamente sul luogo della notizia, con mancanza di rispetto per il pubblico ma anche per gli intervistati.

DIPOLLINA: Gli operatori a cui ti riferisci sono dipendenti della Rai che fanno quasi tutti il praticantato e diventano giornalisti professionisti; il fatto che poi sul piano locale preferiscano dare solo il microfono al politico di turno e non costruire un vero pezzo, può essere dovuto a tanti motivi, il primo quello della comodità di riempire facilmente un notiziario regionale o comunque realizzare un pezzo che deve essere poi rapidamente trasmesso dalla sede nazionale.

Comunque, sul piano nazionale, proprio il fatto che si tenda a dare al politico il microfono in mano, ha recentemente provocato polemiche per un'intervista al Presidente del Consiglio ad *Excalibur*, dove si è detto che "l'intervistatore era in ginocchio". Questa forma di critica non arriva però in maniera diretta alla gente perché si rischia di dividerci solo ideologicamente. Il fatto non è dell'intervistatore in ginocchio, ma di domande scritte dallo staff del Presidente del Consiglio e poi lette dall'intervistatore. Non c'è quindi molta differenza con il tuo esempio, salvo che in questo caso era il vicedirettore di Rai 2 che faceva quella cosa esponendosi alle relative critiche.

SILVIA IOP: La mia domanda riguarda il rapporto che intercorre tra televisione e pubblico. A me come a molta altra gente capita, soprattutto negli ultimi tempi, di chiedermi se la televisione continui a svilupparsi in rapporto al pubblico. Ormai nella televisione italiana abbondano programmi popolari di intrattenimento dove la cosiddetta gente comune piange, si confessa, si mette in

ridicolo con la compiacenza dei presentatori di turno (penso ai programmi di Maurizio Costanzo, Maria De Filippi, Alda D'Eusanio...).

La spiegazione forse l'ha data prima dicendo che è una questione di risparmio. E c'è questo fatto di voler rappresentare in studio il popolo italiano, ma credo che gran parte del pubblico sia insoddisfatto di una programmazione superficiale e soprattutto ormai caratterizzata dalla *anticriticità* e dal conformismo politico. Ormai mi sembra che al momento *Blob* sia l'unico programma con una sorta di spirito critico all'eccesso che può piacere o meno, ma che almeno non si accoda alle scelte prevalenti. È proprio questo secondo me il problema, partendo dall'inizio della mia domanda, su quale sia il rapporto tra pubblico e televisione, su quanto la popolazione influisca sulla televisione e viceversa.

DIPOLLINA: Voi sapete cos'è uno *share* televisivo e perché in Tv si ragiona solo in termini di *share*? Perché dicendo che una trasmissione ha fatto il 30%, si intende che è stata un successo clamoroso; in realtà può essere il 30% di 10 persone, ovvero 3. In particolare, secondo me, il programma della D'Eusanio è un clamoroso successo di *share* del pomeriggio andando a pescare in un pubblico comunque finto, artefatto, costruito per totali esigenze di spettacolo. Questo per dire cosa? Per rientrare in quello detto finora: la logica assolutamente industriale e basta di prodotto televisivo. Il pubblico della D'Eusanio è una fascia di popolazione valutata in 2 milioni e mezzo che non fa sicuramente opinione, non morde nella carne viva del paese, ma fa semplicemente *share*. Questo genere di programmi vivono di vita propria, fanno indignare chi li guarda con spirito critico, chi vorrebbe vedere una televisione diversa; purtroppo gran parte del pubblico che vorrebbe un altro tipo di televisione sta rinunciando alla Tv in generale. Il pubblico, quello che dici tu, che s'indigna, va quasi solo al cinema ormai rassegnato a quella che considera una cattiva televisione.

CRISTIAN LAMORTE: Appurato che il giornalismo americano è in gran parte basato sul sensazionalismo, mi sembra che il nostro giornalismo scritto si stia avviando verso quella via. Ma soprattutto questo fenomeno si registra in televisione. Penso al Tg2 che con il suo nuovo formato riprende palesemente quello della CNN, e penso a quella che è stata la copertura giornalistico-televisiva delle guerre più recenti, ancora una volta basata molto sul sensazionalismo. Cosa pensa a proposito?

DIPOLLINA: È un processo in atto ormai da molti anni e in progressiva crescita. Ricordo un film che s'intitolava *Dentro la notizia* con William Hurt, credo del 1988, in cui ciò era descritto come cosa compiuta nel processo di una informazione televisiva concepita con il fine di far stare la gente davanti alla televisione a qualunque costo. Da noi è già diverso tempo che ciò si sta

avviando, complice l'enorme messa in onda di informazione in questo periodo. Basti pensare a quanti Tg ci sono. Se si diramassero solo delle notizie ANSA, cioè dei racconti fedeli non arricchiti con qualche sensazionalismo, a qualunque ora del giorno, in qualunque rete, ben presto i notiziari marginali, quelli che non sono il Tg1, registrerebbero ascolti pari a zero.

ENRICO BIRELLI: Vorrei soffermarmi sul peso delle pubblicità nel bilancio delle reti, visto che sulla Rai fanno mediamente quattro interruzioni durante un film e paghiamo tutti quanti il canone che tutti gli anni aumenta, mentre invece nelle reti private ne fanno otto. La differenza mi sembra poca. Ricordo che fino a poco tempo fa, erano due le interruzioni nella Rai e molte di più quelle sulle reti private.

DIPOLLINA: Questa è la degenerazione in atto del famoso duopolio televisivo. Tenete conto che Rai e Mediaset in realtà fanno una finta guerra e sono d'accordo nello spartirsi il pubblico televisivo: questa cosa io l'ho sentita dire per la prima volta ai tempi in cui lavoravo in televisione ('87-'88). Dopo di che, nel momento in cui si è deciso che c'era questa spartizione, anche i fatturati avrebbero dovuto equivalersi. Quindi la cosa che dici tu va letta così: quattro spot invece di otto significa che quattro più il canone sono uguali alla cifra di otto spot. Che una volta ne facessero due faceva parte ancora di una sorta di remora o di pudore che apparteneva alla Tv del passato, per cui anche la gente dava molto di più responsabilità alla Rai ed avrebbe mal tollerato una intrusione di quel tipo.

Dal momento in cui Mediaset è arrivata con gli anni a pareggiare gli ascolti, significa che non è più diffuso questo pensiero, perciò basta ricollocare prezzi e spot facendo in modo che il giro torni uguale per tutti; per esempio, con quattro spot durante una puntata di *Montalbano* il pubblico non cambia canale né protesta. Le proteste si riducono alle prese di posizione di pochissime associazioni di consumatori e finiscono sul nascere. Noi abbiamo fatto una campagna contro Mediaset che faceva pubblicità per un giornale sportivo durante le partite di calcio, perché si è potuto testare con telefonate e lettere di protesta che questo tipo di pubblicità dava fastidio. Il processo è comunque degenerativo in sé, è quello il guaio.

Emanuele Giordana

LE CROCIATE DEL NUOVO MILLENNIO
E IL RUOLO DELL'INFORMAZIONE,
PRESENTAZIONE DEL VOLUME *IL DIO DELLA GUERRA* *

CHERUBINI: Oggi ci troviamo a parlare di un tema delicato e purtroppo sempre attuale, quello dell'informazione di guerra. Per inserirlo in modo adeguato all'interno del nostro Corso, ho deciso di individuare in particolare chi sono i professionisti di questo settore del giornalismo. Tra le varie figure professionali che rientrano nella categoria, muoveremo dall'esperienza dell'agenzia giornalistica *Lettera 22*, di cui Emanuele Giordana è fondatore, e che rappresenta un esperimento singolare per quanto riguarda l'informazione sui temi della guerra e sulle questioni logistiche e storiche dei conflitti che sono tuttora in corso.

Uno dei lavori più recenti e sicuramente più interessanti che questo gruppo di giornalisti ha prodotto è appunto il volume *Il Dio della guerra*. Come si legge nel sottotitolo, si tratta di “un viaggio nei falsi conflitti di religione”, per mettere in luce come la presenza di difficoltà storiche di integrazione tra religioni diverse venga spesso utilizzata per spiegare e talvolta giustificare i conflitti, anche in un modo più ampio di quanto non sia effettivamente avvenuto.

Emanuele Giordana è uno studioso di politica e cultura dell'Indonesia che, insieme ai suoi collaboratori, in questo libro ha affrontato alcuni tra i principali conflitti in corso. In particolare il conflitto irlandese e quelli dei Balcani, studiati da Orsola Casagrande, il problema della Bosnia, affrontato da Paola Caridi, la questione della Cecenia, di Mauro Martini, la situazione in Indonesia, esaminata da Emanuele Giordana, e i conflitti in Nigeria e nelle Filippine, studiati da Paolo Affatato.

Il nostro incontro prevede una illustrazione delle caratteristiche e finalità di *Lettera 22* e una spiegazione sulla sua collocazione nell'ambito dei diversi soggetti che si occupano dell'informazione sulla guerra. Poi Giordana ci descriverà le caratteristiche di questo mestiere, con particolare riferimento al modo in cui esso viene svolto all'interno del suo gruppo di lavoro. Infine ci parlerà delle motivazioni che hanno portato alla realizzazione di questo volume e dei criteri che sono stati seguiti nella stesura.

* *Il dio della guerra. Viaggio nei falsi conflitti di religione*, a cura di P. AFFATATO e E. GIORDANA. Prefazione di E. DEAGLIO, Milano, Guerini e Associati, 2002.

GIORDANA: Spiegare cosa è *Lettera 22* è molto importante per capire il tipo di lavoro che facciamo. Si tratta di una esperienza piuttosto insolita nel panorama editoriale italiano. Dal punto di vista formale è un'associazione tra giornalisti, con lo scopo sostanziale di mantenersi in vita vendendo servizi ai quotidiani e ai settimanali, sia italiani che, in minor parte, stranieri.

Siamo diversi da una agenzia di notizie, che come sapete vende notizie, o "lanci", di solito abbastanza brevi (in media quindici righe), che poi vengono montate dai giornalisti in redazione; noi vendiamo unicamente articoli di approfondimento firmati. Quindi non siamo un'agenzia di stampa ma una agenzia specializzata in approfondimenti. Teniamo molto al fatto che i nostri lavori portino la nostra firma. Abbiamo spesso litigato perché comparisse anche il nome dell'agenzia, ottenendolo solo da un quotidiano, perché i giornali sono molto gelosi della loro testata e dei loro giornalisti.

Quando è nata questa associazione, dieci anni fa, abbiamo scommesso sulla politica estera. Come sapete, i giornali italiani nel complesso sono abbastanza provinciali, quindi lo spazio che dedicano alla politica estera è di solito molto ridotto. Persino i grandi giornali d'informazione, come la *Repubblica*, il *Corriere della Sera* o la *Stampa*, che riservano tre quattro pagine all'argomento, al termine della guerra in Iraq hanno ridotto la foliazione, per poi riprenderla con l'emergenza terroristica. Soprattutto si nota una tendenza ad ignorare alcune parti del mondo. Per esempio tre giorni fa in Indonesia, un'area che conosco abbastanza bene, è cominciata una guerra che, fatte le debite proporzioni, ha dimensioni analoghe a quelle del conflitto in Iraq. Nel senso che in Iraq sono stati inviati 160.000 soldati in un paese grande molte volte l'Italia, mentre nella provincia di Aceh in Indonesia, una regione grande come la Lombardia, è stato mandato un operativo di 40-50.000 uomini. In queste ore si stanno verificando dei bombardamenti a tappeto, negli ultimi giorni sono state incendiate 185 scuole. È abbastanza singolare, per me che conosco e amo quel paese, come, salvo alcune eccezioni quale *Avvenire*, non sia stata fatta una parola su quella guerra. Soltanto perché è un conflitto molto lontano da noi, apparentemente sembra non riguardarci: invece sarebbe un caso interessante da studiare, perché in un certo senso sembra una conseguenza della applicazione della cosiddetta guerra preventiva che, una volta avuto il via libera con la vittoria in Iraq, potrebbe sollecitare altre tentazioni militari nel resto del mondo.

La nostra scommessa di puntare sulla politica estera è riuscita. Siamo ancora in piedi e tendiamo ad occuparci proprio delle cose che solitamente vengono ignorate dai giornali. Per due motivi in particolare: uno ideologico, cioè che tutti hanno diritto di parlare, mentre molto spesso i giornali non offrono a tutti protagonisti la possibilità di farlo. In secondo luogo, per un motivo di concorrenza: i grandi conflitti e le grandi emergenze sono di solito coperti dalle agenzie di stampa, dai corrispondenti e dagli inviati dei giornali, quindi noi,

essendo una piccola associazione, non avremmo modo di competere e di inserirci nel mercato.

Abbiamo una parola d'ordine, mutuata da un vecchio giornalista scrittore, Albert Londres, secondo cui "l'unica linea che un giornalista è tenuto a rispettare è quella ferroviaria". Ciò quindi significa cercare di osservare i fatti senza pregiudizi. Facciamo una sorta di *mix* tra quello che una volta sarebbe stato chiamato giornalismo investigativo, o giornalismo di inchiesta da un lato, e dall'altro, essendo un'agenzia che si occupa prevalentemente di questioni estere, il vero e proprio mestiere dell'inviato. Ci chiamiamo pomposamente "indipendenti" non perché pensiamo di essere obiettivi, ma perché alle nostre spalle non c'è nessun gruppo editoriale. L'associazione è autofinanziata e di conseguenza abbastanza libera. Non dal diktat del mercato, il quale certamente impone certe cose, ma perlomeno nessuno ci dice dove dobbiamo andare e cosa dobbiamo scrivere, e questo ci sembra un fatto rivelante e anche abbastanza nuovo nel panorama editoriale italiano.

CHERUBINI: Credo che questa introduzione fosse necessaria proprio per conoscere meglio il nostro ospite, ma anche per capire i parametri professionali che lui e i suoi collaboratori si sono dati. Io vorrei chiedere a Giordana di soffermarsi sull'importanza che per chi opera in questo settore rivestono la formazione culturale e gli studi specifici su alcune realtà particolarmente delicate sul piano internazionale. Spesso di fronte ad una nuova guerra sono tanti i personaggi autorevoli che intervengono nel dibattito, ma forse la loro autorevolezza vale per argomenti diversi da quello dello specifico conflitto in corso, a proposito del quale è necessario piuttosto tenere presenti una serie di aspetti strettamente legati al territorio in cui esso nasce.

GIORDANA: Effettivamente la nostra associazione è divisa per competenze geografiche. Ognuno di noi ha maturato un percorso professionale, non solo giornalistico, che gli ha consentito di approfondire i problemi di una particolare area geografica, e di conseguenza di poter seguire l'evoluzione dei fatti in corso con un *background* alle spalle che gli consente forse d'interpretarli meglio.

Questa è una scelta a cui noi teniamo molto, in un momento di grande proliferazione dei cosiddetti *instant books*, in cui i giornalisti s'improvvisano - cosa non di per sé sbagliata - scrittori, e scrivono di realtà che hanno osservato ma che in realtà conoscono molto poco. Non c'è niente di male in tutto questo, purché si sappia che i libri di questo genere sono soltanto l'estensione di una o più pagine di giornale. Qualcosa di diverso è naturalmente un libro di storia, ma c'è anche una via di mezzo, ed è quella che noi abbiamo tentato. Ovvero raccontare una realtà che si è vista con i propri occhi, ma cercando di

interpretarla anche alla luce di una tradizione, di una storia e di una collocazione geografica particolare.

Nel libro vengono selezionate cinque aree dove sono in corso conflitti definiti “di religione”. Noi cerchiamo di smontare questo teorema, e credo che riusciamo a farlo perché ognuno di noi è in qualche misura uno “specialista”, o per lo meno un conoscitore non solo superficiale, di quella realtà.

Io vorrei raccontarvi alcune piccole esperienze che spiegano, forse meglio di un discorso teorico, come sia importante nel lavoro di giornalisti, se vogliamo farlo bene, operare questo *mix* tra quello che si vede e quello che si studia. Spesso lo studio di una realtà porta ad un’interpretazione che non sempre è davvero completa. Ma anche vedere i fatti di persona può portare ad un’interpretazione relativa della realtà. Sarebbe importante liberarsi dei luoghi comuni, osservando i fatti di persona e nello stesso tempo studiarli per poterli interpretare nel modo migliore possibile.

Vi racconto alcuni episodi. Io mi sono laureato in *Geografia Umana* con una tesi sull’Indonesia. Il mio professore di indonesiano mi aveva spedito nelle Molucche, una zona a est dell’arcipelago indonesiano (composto da circa 17.000 isole), per un semplice motivo. Infatti sosteneva che in questo piccolo arcipelago delle Kai non era andato nessuno negli ultimi cento anni, quindi qualunque cosa avessi scritto, anche semplicemente raccontando come è fatto il territorio, avrei fatto una buona tesi. Quindi partii e scrissi una tesi che riguardava l’agricoltura e l’immigrazione. Quando tornai a casa portai al mio professore una cartina dove era raffigurato l’arcipelago delle Kai. In questo arcipelago c’era un’isoletta che si chiamava Dullàh. Il professore, che studiava la lingua delle Kai da circa 10 anni, si stava rompendo la testa sul fatto che l’unico dizionario che avesse tradotto quella lingua, scritto da un gesuita olandese nel 1800, si chiamava “dizionario Ki-Dullàh”. Ki stava evidentemente per Kai, ma non riusciva a capire che cosa fosse “Dullàh”. Dullàh era semplicemente l’isola di fronte alla capitale dell’arcipelago Kai. Per cui nel passato, per identificare quel posto, probabilmente si citava anche quell’isoletta piuttosto importante che serviva da riferimento.

Quindi avevo risolto un problema che per uno storico della lingua come lui era praticamente insormontabile, e semplicemente comprando una cartina o. Il professore aveva fatto delle ricerche che potessero giustificare il fatto che quella lingua venisse chiamata Ki-Dullàh. Una cartina che si poteva comperare solo sul posto aveva immediatamente chiarito quel particolare.

Nel 1991 si ebbe un sisma molto forte a Erzincan, una zona della Anatolia centrale. In quel momento stavo facendo un lavoro per l’Organizzazione Mondiale della Sanità proprio sul difetto di comunicazione tra gli organismi internazionali, le Organizzazioni non governative e il mondo della stampa. In questo lavoro mi chiedevo perché molto spesso la stampa riporti in maniera errata le notizie sulle grandi catastrofi internazionali. Nello stesso tempo stavo

lavorando per un quotidiano italiano. Sensibilizzato dal lavoro che faceva l'OMS sulla vicenda dei terremoti, quando venni a sapere del sisma feci la prima cosa che un giornalista deve fare, ovvero cercare di verificare le notizie delle agenzie di stampa. Le agenzie di stampa di quel giorno, cioè del giorno immediatamente successivo al sisma, riportavano la notizia, data da un supervisore della Croce Rossa ad un giornalista di un'agenzia straniera, forse la *Reuters*, che il sisma aveva ucciso circa 5.000 persone. Quindi la notizia del giorno era: "5000 persone morte in Anatolia". Allora io telefonai per verificare questi dati e chiamai la Croce Rossa, che smentì la notizia, dicendo che era stata data da un loro uomo sul campo ma non era la stima ufficiale. Chiamai l'ufficio delle Nazioni Unite per le catastrofi umanitarie, di cui conoscevo il capo, e gli chiesi una conferma sui numeri. Mi rispose che al momento non esistevano numeri ufficiali, ma che una proiezione attendibile era di circa 500 persone. Da 5000 a 500 c'è una certa differenza che non è solo numerica, perché nel momento in cui voi, ma anche il Capo del vostro governo, ascoltate alla televisione o alla radio che in un paese vicino sono morte 5.000 persone, scatta immediatamente una macchina di solidarietà internazionale del buon cuore che però... può tramutarsi in una catastrofe nella catastrofe. Quella sera, quando il capo redattore del mio giornale mi chiese di fare il titolo di prima pagina per il giornale, io scrissi: "500 morti in una grave catastrofe del terremoto". Lui tornò da me e dicendomi che i morti erano 5.000 e che la Tv e le agenzie accreditavano tale cifra; da parte mia, gli risposi che quella notizia era stata smentita. Alla fine il titolo lo scrisse lui ed era "5000 morti in Turchia", lo stesso che apparve su tutti i giornali. Nella pagina interna che gestivo io direttamente, scrissi che la cifra probabile era di 500 morti.

Allora mi venne fornita l'occasione di prendere un aereo delle Nazioni Unite e di andare a vedere la situazione nelle zone terremotate. Il giorno dopo partii per la Turchia e mi resi conto di cosa significava aver scritto 5.000 morti. Una quantità spaventosa di aiuti umanitari arrivò dopo le faticose 72 ore, cioè dopo un tempo praticamente inutile per rispondere ad una emergenza. In quel piccolo aeroporto, gli aerei non riuscivano ad atterrare. Ad un certo momento l'esercito turco, che come ben sapete non è noto per il rispetto dei diritti umani, decise, in un certo senso fortunatamente, di prendere in mano la situazione. Fece atterrare gli aerei, circondò l'aeroporto e fece entrare tutti gli aiuti umanitari in una sorta di cordone sanitario gestito dai militari. C'erano scatole di carne, medicinali per tutt'altro tipo di emergenza e anche 500 tende estive mandate dal Giappone in un posto dove la temperatura va a meno 20 di notte, quindi erano tutte cose perfettamente inutili. L'esercito turco prelevò tutti gli aiuti umanitari trasportandoli in una specie di enorme tendone che aveva costruito, e poi li filtrò, dando quello che era necessario (praticamente nulla: dopo un terremoto servono soprattutto stecche di legno e gessi per frattura) e tenendo tutto il resto per sé. Non solo, questa situazione aveva creato un caos

spaventoso negli ospedali locali, che, prima del salvifico intervento dei militari, si vedevano arrivare un'enorme quantità di cose inutili come antibiotici, quando non c'era rischio di epidemia, litri e litri di sangue quando non sono le trasfusioni la necessità principale in quei momenti...

Un altro episodio che adesso ci riporta al saggio *Il Dio della guerra*: nel 1999 nelle Molucche è avvenuta una guerra che ha ucciso tra le 5000 e le 10.000 persone. Poco prima dello scoppio di questa guerra un mio caro amico mi aveva telefonato, sapendo che sono un appassionato di quel paese e che sono stato persino alle Molucche per la tesi di laurea. Quindi si suppone che io sia bene informato. All'epoca era appena caduta la dittatura di Suarto nel 1998. Essendo in partenza per una vacanza alle Molucche, il mio amico voleva che lo consigliassi, visto che il paese risultava piuttosto turbolento e che la Farnesina sconsigliava un viaggio. Io gli risposi che quello era il posto più tranquillo del mondo, che sono popoli pacifici, la convivenza etnica è garantita e la convivenza tra le religioni un fatto normalissimo. Quel povero cristo andò quindi tranquillo in vacanza in una isoletta della regione... Una settimana dopo scoppiò la guerra, e lui e la moglie rimasero quindi sequestrati su una piccolissima isola. Per sua grande fortuna l'ambasciata si dette un gran da fare e furono recuperati con un aereo militare.

La cosa naturalmente mi sconvolse molto. Nel libro c'è un tributo a questa persona. Nello stesso tempo, la vicenda mi fece capire che non è sufficiente aver studiato una situazione. In un certo senso neanche averla osservata almeno una volta, se poi non si è in grado di *monitorarla* costantemente. E questo, per tornare al nostro libro, dimostra l'importanza di avere la capacità di coniugare l'aspetto di quello che vediamo e annotiamo e quello che invece va studiato. A volte non basta nemmeno questo.

CHERUBINI: Passiamo ora a vedere come è nato questo libro, e poi soprattutto il modo in cui è strutturato ogni intervento all'interno. Ritengo infatti che tutti i saggi presentino le due caratteristiche che si sono fin qui illustrate: sono cioè scritti da *giornalisti* che in definitiva sono anche *studiosi* di quel territorio, di quel conflitto, di quei contrasti religiosi. E ciò conferma la volontà di superare i problemi di approssimazione a cui la sempre più diffusa "fame di notizie" costringe molti operatori dell'informazione.

GIORDANA: Il libro nasce da una conversazione in redazione tra me e Paolo Affatato, che è l'altro curatore. Paolo è un cattolico convinto e un fervente praticante. Io sono un ateo convinto e un fervente praticante dell'ateismo. Lui ha appena fatto un viaggio ad Assisi, dove il Papa un paio di anni fa lanciò una sorta di grido d'allarme proprio sulle guerre di religione. Questo era un tema sul quale stavo "lavorando nella mia testa" da tempo, non soltanto sulle guerre di religione

ma sulle definizioni che noi diamo ai conflitti, che spesso ci possono indurre in errore.

Per semplificare, i giornalisti hanno la necessità di scrivere in poche righe cose molto complicate e di conseguenza si costruiscono degli schemi mentali che diventano poi non soltanto poche righe scritte, ma anche titoli che ci rimangono in testa e alla fine ci consentono, da lettori, di farci un'idea dei problemi in questione. In un modo però che molto spesso può essere fuorviante.

Mi aveva colpito il racconto, descritto all'inizio del libro, che mi aveva fatto una volta Zlatko Dizdarevic, il direttore di *Svijet*, un giornale bosniaco (in passato era stato anche capo redattore di *Oslobodenje*, l'unico giornale che durante l'assedio di Sarajevo, durato quattro anni, era riuscito con mille difficoltà ad uscire tutti i giorni in una città assediata). Zlatko era un uomo che aveva fortemente combattuto il nazionalismo etnico, che è stata la piaga della guerra nella ex-Jugoslavia, e che spesso si era tinto anche di colorazioni religiose. Come sapete, poi era stato creato il *cliché* per cui i bosniaci sono o musulmani o croati o serbi, con questo *mix* piuttosto strano per cui c'è una definizione etnica per alcuni e una definizione religiosa per altri, quando la linguistica, che è la scienza che poi ci permette di definire le entità nazionali, dice che questi popoli sono tutti "slavi del sud". Se voi parlate con una persona di Spalato, in Croazia, e con una del Montenegro, la differenza linguistica è minore di quella che c'è nella parlata, non dico di un senese e di un fiorentino, ma per esempio sicuramente di un senese e di un cremonese.

Allora gli chiesi come potevamo definire questo conflitto della Bosnia. Una guerra etnica, una guerra religiosa? Lui mi fece un esempio. Mi disse che durante la guerra il corrispondente di *Le Monde*, quindi di un giornale serio e molto quotato nel panorama internazionale, nei suoi reportage da Sarajevo usava definire l'esercito bosniaco "esercito musulmano", facendolo adirare molto per il fatto che dava una definizione religiosa mentre avrebbe dovuto darne una nazionale. Quello era l'esercito *bosniaco*. Non era l'esercito musulmano e non era nemmeno l'esercito "dei musulmani", perché in realtà l'esercito bosniaco rappresenta anche un croato, un cattolico o un ebreo; infatti come sapete Sarajevo è un posto dove convivono in pochissimi metri una moschea, una sinagoga, una chiesa ortodossa e una chiesa cattolica.

Il giornalista gli rispondeva che lui effettivamente scriveva esercito "bosniaco" ma poi erano i suoi capi a Parigi che gli chiedevano di "semplificare" e di cambiare la denominazione, altrimenti i lettori non avrebbero capito. Quindi ci sono i serbi da una parte, che sono ortodossi, e i bosniaci dall'altra che sono musulmani...semplice no? Questo mi fece capire che gli schemi che molto spesso vengono utilizzati nei giornali, vuoi per semplicità, vuoi per stupidità, vuoi per ignoranza, vuoi per richiesta del pubblico di avere semplificazioni e certezze,

finiscono per indurci in errore. Per cui noi tutti abbiamo considerato l'esercito bosniaco, il cui capo era di nazionalità serba, come l'esercito musulmano.

Questa riflessione è andata avanti nella mia testa. Poi ci sono state le cosiddette guerre etniche (Tutsi, Hutu, nei Grandi laghi) e le guerre definite religiose per forza, come quella in Irlanda o nel Sudan. Con gli altri amici di *Lettera 22* abbiamo pensato di raccontare ognuno la realtà che meglio conoscevamo per vedere se effettivamente dietro l'etichetta "guerra di religione", non ci fosse qualcos'altro. E scoprendo, in molti casi, che alla fine la religione era soltanto un paravento per altri interessi.

CHERUBINI: Credo che questa spiegazione dimostri come la conoscenza specifica di alcune aree dia già una grande possibilità di evitare informazioni e notizie fuorvianti. A tale proposito vorrei anche un giudizio su quelli che chiamiamo *instant books*, che i corrispondenti e gli inviati pubblicano nel momento stesso in cui c'è una nuova guerra in corso.

GIORDANA: Non voglio parlare male delle cose che fanno gli altri. È vero però che gli *instant books* sono criticabili, almeno sotto alcuni punti di vista. Nel momento in cui si accetta l'idea che quello che si legge è un *instant book*, si deve sapere che la sua durata è limitata nel tempo. Luigi Pintor, uno dei fondatori del *manifesto*, morto pochi giorni fa, contraddicendo una nota regola secondo cui il giornale il giorno dopo serve ad incartare il pesce, diceva che già a mezzogiorno un quotidiano è vecchio. Un *instant book*, non dura tre giorni, non dura una settimana, ma può durare uno o al massimo tre mesi.

Quello che noi volevamo fare con questo libro era una cosa che avesse una durata nel tempo. Non so se ci siamo riusciti, ma l'intenzione era di farne uno strumento che potesse resistere in libreria, se volete anche per ragioni commerciali, ma anche per onestà verso i lettori. Questo non vuol dire di per sé che *l'instant book* non vada bene. *L'instant book* ci dà la possibilità di avere una messe di notizie, più curata di quella che troviamo sui giornali, purché sappiamo che lo scritto dal tuttologo di turno, che potrei essere anch'io, avrà una durata limitata nel tempo.

Ecco perché abbiamo scelto di scrivere un libro concepito come un saggio fatto di molteplici contributi. Io non potrei mai scrivere sulla Cecenia oppure sull'Irlanda. La cosa che più mi ha colpito è che dopo aver letto il saggio sull'Irlanda - che mi spiega che quella non è una guerra di religione, non è una guerra tra protestanti e cattolici -, se io adesso ve lo dovessi spiegare non ne sarei capace. È talmente complicato il meccanismo che ha portato a sedimentare nella mia testa che quella è una guerra tra protestanti e cattolici, che anche dopo aver letto una spiegazione convincente per cui per due giorni posso dire che quella

non è una guerra di religione, dopo una settimana faccio fatica a spiegare il rovescio della medaglia.

Il libro che stiamo realizzando adesso sugli aiuti umanitari è preparato nella stessa maniera. Una parte di noi segue un aspetto giornalistico, in questo momento in particolare c'è una vicenda molto grave che riguarda l'Italia, ed è la costruzione di un ospedale militare completamente inutile, in una città dove ci sono 44 ospedali e che è costato venti miliardi, il costo con il quale si costruisce un ospedale di pietra da cento posti letto. Il tutto attraverso un procedimento formale di erogazione di questi fondi che non è affatto trasparente. Me ne sto occupando io. Gli altri contributi sono però affidati a persone che hanno studiato per anni il problema della cooperazione allo sviluppo e della gestione dei fondi, che quindi spiegano, da persone competenti, una cosa che può essere utile e può durare molto di più nel tempo. Quindi è una scelta di principio, quella che noi facciamo quando scriviamo un libro. Pensiamo che si possano coniugare i due elementi; che il *giornalista* e lo *studioso* possano convivere.

Passiamo brevemente alla struttura del libro. Ogni contributo è fatto così: si parte da un fatto di cronaca dirompente (questo se volete è anche un artificio giornalistico, l'attenzione del nostro lettore può essere catturata infatti soltanto se noi gli raccontiamo un fatto abbastanza avvincente, e la cronaca è quella che da questo punto di vista offre gli spunti migliori). Poi, andando all'indietro nel tempo, si tenta di smontare il teorema della guerra di religione. Alla fine il libro contiene una piccola scheda del paese, in modo che il lettore possa capire di cosa stiamo parlando, una bibliografia abbastanza stringata dei libri principali che hanno affrontato quel tipo di argomento, e un indice dei nomi.

CHERUBINI: A questo punto – tornando a *Lettera 22* -, è interessante soffermarsi sui modi e i tempi in cui si articola una vostra riunione, su quali sono le agenzie a cui vi rivolgete, e quali considerate più attendibili. Quindi, in generale, come si svolge una vostra giornata di lavoro di fronte ad un nuovo conflitto in corso?

GIORDANA: È un discorso che forse richiederebbe un altro incontro. In realtà noi lavoriamo in una maniera abbastanza disordinata e caotica, nella quale siamo combattuti, e questo è bene ammetterlo, tra le esigenze di mercato, e quindi la nostra necessità di vendere tutti i giorni un pezzo, e il tentativo di fare un'informazione diversa da quella che si ritrova normalmente nei dispacci di agenzia che poi finiscono nelle pagine dei giornali. Questa è da una parte una scelta editoriale, come ho detto all'inizio, ovvero dare la voce a chi non ce l'ha, dall'altra si tratta anche di un'esigenza commerciale, perché se noi ci limitassimo ad una compilazione dalle agenzie, non si capisce perché un giornale dovrebbe comprare un pezzo da noi. Innanzitutto noi non abbiamo agenzie, che avrebbero

costi improponibili. Non possiamo avere neanche un inviato in periodo di guerra, perché il costo di un'assicurazione per un inviato di guerra è più o meno di un milione di lire al giorno. Quindi se viaggiamo lo facciamo immediatamente dopo, finito il periodo d'emergenza che renderebbe necessaria un'assicurazione. Inoltre è quando si spengono i riflettori della cronaca che succedono le cose più interessanti e che spesso si compiono le violenze e i soprusi maggiori.

Con Internet c'è l'accesso a una quantità enorme di siti di ottima qualità. La prima cosa che io guardo la mattina è la BBC, forse uno dei notiziari migliori, e poi, a seconda delle situazioni, una serie di siti che noi mano a mano andiamo a cercare, e poi giornali minori e associazioni minori, le quali danno un taglio diverso a quella informazione generalmente *istituzionale* che si può trovare per esempio sulla BBC. Questo ci consente di formulare una proposta che sia un po' diversa da quella che si può trovare sulle agenzie e che quindi si può offrire ad un giornale.

CHERUBINI: Un altro tema interessante è quello relativo all'aspetto avventuroso – che talvolta si presta ad essere romanzato – che investe sia gli inviati che i corrispondenti di guerra, e a sua volta ricade sull'immaginario del pubblico.

GIORDANA: Devo dire che non ho esperienze dirette, proprio per il motivo che vi dicevo prima, non ce lo possiamo permettere. Diciamo che io su questo aspetto sono un po' diffidente. Qualcuno potrebbe dire: “Sei diffidente perché non ci sei mai stato”. Però sono un po' diffidente, non solo sul clima di solidarietà che rischia di crearsi in un gruppo omogeneo come quello dei giornalisti, ma anche riguardo all'atteggiamento degli stessi giornalisti nei confronti delle parti belligeranti, che comunque è un effetto comprensibilissimo da un punto di vista emotivo. Se mi fossi trovato in città durante l'assedio di Sarajevo, credo che inevitabilmente avrei preso la parte degli assediati e che se mi fossi trovato, come si trovarono in quell'occasione gli inviati, con il rischio di morire sotto le pallottole serbo-bosniache, questo avrebbe non solo rafforzato la solidarietà di gruppo coi miei vicini professionali ma anche rischiato di turbare la mia lucidità analitica.

Io però questo rischio non l'ho corso, perché di solito quando vado in questi posti sono sempre da solo: è una situazione che in un certo senso mi piace di più, e dicevo che mi lascia un po' diffidente questo tipo di solidarietà, che posso però capire e anche trovare simpatica, soprattutto perché nasce tra gente che rischia la pelle. Voi ricordate le ultime immagini della guerra: Giovanna Botteri è alla televisione a raccontarmi una storia che io posso vedere... rischiando la sua pelle. È una situazione che ha qualcosa di epico, se volete di eroico.

Io sono però un po' diffidente sui *pool*, quando c'è quello che noi chiamiamo il "carrozzone": tutti assieme e tutti con le stesse notizie. Questa mia diffidenza deriva dal processo di "mani pulite". A un certo punto i giornalisti che se ne occupavano fecero una specie di dichiarazione: per non farsi concorrenza tra di loro in un clima di emergenza nazionale, decisero che avrebbero lavorato insieme in *pool*. In realtà si trattava di una cosa delirante dal punto di vista giornalistico, non tanto perché la concorrenza sia una bella cosa, ma perché la bellezza della democrazia è la possibilità di leggere tanti giornali che vedono in modo diverso, hanno un punto di vista politico diverso, e questo permette anche a noi di formarci un'opinione. Se voi prendete il *manifesto*, prendete il *Giornale*, prendete la *Stampa*, e leggete la cronaca della stessa giornata, vi accorgete che anche il titolo è totalmente diverso, addirittura uno dice il contrario dell'altro: di solito la cronaca è abbastanza simile, perché poi i giornalisti si attengono ai fatti, ma c'è magari una scelta gerarchica nel posizionare le notizie, per cui una è messa sopra e una è messa dopo. Badate, in questo non c'è niente di male: come spesso si dice, essere indipendenti non significa esserlo dalla propria testa. Qui non sto parlando della linea editoriale di un giornale (che magari certe notizie non le dà *tout court*) ma del lavoro del cronista.

Torniamo alla testa con cui pensiamo. Io sono disposto a dichiarare che, se vado a seguire una guerra, quale che sia, mi schiero dalla parte della popolazione civile e non dalla parte dei militari: anche se i soldati avessero ragione. Perché non mi interessa raccontare la storia dei soldati che già mi viene raccontata dal Pentagono o dalla Nato o dal Ministero della Difesa; preferisco raccontare la vicenda di chi le bombe le subisce, e che non ha un Ufficio stampa per raccontare come e perché sono cadute. Tornando alla faccenda dei *pool*, ribadisco quindi una mia generale diffidenza. Una volta Enrico Mentana del Tg5 ha detto riferendosi all'inviato Toni Capuozzo: "Quello è uno zingaro", e intendeva dire: "Secondo me quello farà un buon lavoro", perché è un giornalista che non sta in gruppo. Va bene stare con gli altri colleghi, confrontarsi, parlare, ma poi le notizie bisogna anche andare a cercarsele da soli, perché altrimenti si rischia di fare tutti la stessa cosa e diventa un imbarbarimento del nostro mestiere. Naturalmente in alcune situazioni, come quando c'è il rischio di beccarsi una bomba in testa, diventa necessario un altro comportamento. E questo è un altro discorso.

CHERUBINI: Sarebbe ora interessante approfondire l'aspetto relativo alla conoscenza specifica che il nostro ospite ha sull'Indonesia, un territorio che chiama in causa il tema nevralgico della religione musulmana, al di là dei confini del mondo arabo.

GIORDANA: La maggior parte dei musulmani del mondo non è araba e non vive in Medio Oriente. Una grossissima fetta vive in Asia e il paese musulmano più popoloso del mondo è l'Indonesia, ma lì è rarissimo vedere una donna coperta (col velo), tranne nell'isola di Sumbawa e ultimamente anche nell'isola di Giava. I costumi sessuali sono abbastanza liberi, nel senso che la gente ha rapporti anche al di fuori del matrimonio e non li nasconde più di tanto, una cosa impensabile se si pensa per esempio ad un paese come l'Egitto. C'è molta meno ipocrisia rispetto a questo problema. È un paese dove le donne hanno un ruolo sociale importante, apprezzato, anche se dal punto di vista delle pari opportunità è naturalmente ancora arretrato, ma questo non è un problema esclusivo dei paesi musulmani.

Io ho cominciato a studiare l'Indonesia perché volevo fare la mia tesi di laurea in modo sperimentale, perché fosse anche un'esperienza davvero interessante e stimolante. Credo che in una certa misura il piacere e la passione siano chiavi che ci consentono di fare qualsiasi cosa. Per prima cosa ho naturalmente imparato la lingua, insieme ad un altro compagno che poi venne con me. L'indonesiano è la lingua più facile del mondo come struttura e come sintassi e si pronuncia e si legge come l'italiano. Il primo vocabolario malese-italiano è stato tradotto da un italiano, Antonio Pigafetta, nel 1500. L'Indonesia è un paese bellissimo dal punto di vista geografico e la gente è molto simpatica e aperta. Quindi poi ho sempre continuato a seguire questo paese nella mia vita professionale e ho sempre mantenuto rapporti col mio professore, con l'Università, e ho lavorato anche per libri universitari che contenevano una parte che riguardava l'Indonesia. Questo mi ha aiutato moltissimo a capire tutte le storture che noi avevamo nell'osservare quel mondo, e quindi se sbagliavamo a capire l'Indonesia, chissà quali storture abbiamo nel capire paesi come la Cina o il Giappone o l'Africa...

Ci sono tornato molte volte, e l'ultima volta in modo del tutto "in perdita" rispetto al mio lavoro di giornalista. L'ho deciso dopo che lo scorso ottobre una bomba ha ucciso circa 200 persone a Bali, per cercare di capire se davvero c'era Al Qaeda di mezzo, cosa era successo in una società dove l'Islam è particolarmente tollerante (come vi dicevo prima a proposito del velo), dove è radicata una tradizione liberale e un Islam tollerante. Di fatto però, recentemente si è verificato un fenomeno di radicalizzazione. Volevo capirne di più: sono andato, e quando sono tornato ho cercato di vendere un approfondimento sulla realtà dell'Islam indonesiano ma non ci sono riuscito se non con pochissimi giornali. Per questo è stato un viaggio in perdita, ma d'altra parte per me era una necessità studiare, vedere, ma anche monitorare nel tempo. C'è il rischio di farsi delle idee preconcepite: per esempio, come vi dicevo, alla vigilia della guerra nelle Molucche non avevo capito cosa stesse succedendo...

CHERUBINI: Nel fare informazione su temi internazionali, è emerso chiaramente il ruolo sempre più importante che ormai riveste Internet nel reperire fonti e informazioni. Quali sono i vantaggi, ma anche i limiti nell'utilizzo della Rete nel vostro mestiere?

GIORDANA: Sulla faccenda di Internet posso dire che per me è una manna dal cielo, nel mio lavoro è diventato una cosa di cui non potrei più fare a meno. Naturalmente ha un limite, quello della verifica delle fonti, però diciamo che c'è un grado di affidabilità che è dato dall'autorevolezza di determinati siti, che nel tempo uno ha verificato essere sufficientemente seri. Di alcuni ci si può fidare abbastanza ad occhi chiusi. Naturalmente l'esperienza mi dice che nel nostro lavoro non c'è cosa migliore che alzare il telefono e soprattutto andare in giro, prendere una boccata d'aria e andare ad incontrare le persone: sono le persone, come sempre, molto più delle cose scritte, a raccontare le notizie, perché uno quando scrive una cosa è per forza più formale: prima di scrivere una cosa ci si pensa due volte. Se invece voi incontrate direttamente quella persona - questo accade con un professore universitario, con un uomo politico, con un medico - è più spontanea e può raccontarvi di più. Il lavoro del giornalista poi è quello di cercare di tirargli fuori quello che non ha voluto o potuto dire. Così mi rendo conto che quando sto troppo tempo seduto nel mio ufficio attaccato a Internet, ho magari una visione del mondo particolare ma mi sfuggono una serie di cose che avvengono tutti i giorni e che riguardano la politica internazionale e italiana.

Il caso dell'ospedale della Croce rossa italiana cui accennavo prima è abbastanza atipico. Io sono venuto a conoscenza di questa vicenda perché ho la fortuna di condurre una trasmissione su Radio 3, una settimana al mese, e parlo con molte persone, un po' perché parlo con loro per telefono e un po' perché le invito in studio. Una volta ho invitato in studio una persona che ha lavorato per molti anni al Ministero degli Esteri ed è stata oggetto di una vicenda di *mobbing* finché a un certo punto si è dimessa. Viene in studio e tra le altre cose racconta con un certo candore il fatto dell'ospedale. Me l'aveva già raccontato il giorno precedente ma io gli avevo prestato poca attenzione, perché noi viviamo un po' con l'ossessione della pagina vuota: trovare il modo di riempire la mezz'ora di trasmissione e concentrarsi quindi soprattutto all'argomento principale. Ma allora ho invece pensato che, accidenti, *questa era una notizia!* Me la faccio ri-raccontare per benino alla fine della trasmissione e comincia ad emergere una vicenda veramente impressionante. Questo, Internet non avrebbe mai potuto darmelo perché su Internet avrei visto il comunicato della Croce Rossa o il sito della Farnesina ma non avrei potuto vedere quello che invece è avvenuto. In realtà l'operazione è stata fortemente criticata dalla Croce Rossa Internazionale al punto che aveva chiesto all'Italia di levare le proprie insegne, perché si rifiutava di avere un ospedale con la scorta armata, come invece avveniva appunto in

questo ospedale da campo di Bagdad. Queste sono le cose che su Internet non si trovano. Poi Internet per motivi di moneta e di utilità diventa fondamentale, ci sono dizionari rapidi, bibliografie, cronologie e molti altri strumenti.

Domande:

CRISTIAN LAMORTE: Durante ogni guerra, anche l'informazione diventa un'arma. Mi sembra particolarmente vero per la guerra in Iraq: da un lato Al Jazeera diffonde false notizie, dall'altra mi sembra che la televisione americana faccia di tutto per risvegliare il patriottismo nel proprio paese. Come si può distinguere la vera dalla falsa informazione?

GIORDANA: Naturalmente questo è un problema anche per noi. Io credo che alla fine questa guerra, nonostante ci siano state molte polemiche sui famosi giornalisti al seguito delle truppe americane, abbia avuto una copertura straordinaria, che ci ha concesso, anche grazie alle falsità o alle mezze verità o alle intere verità, di televisioni schierate come Al Jazeera o Fox Tv, di vedere e capire molto di più rispetto ad altri conflitti, in particolare alla guerra del Kosovo. Al di là della polemica sulla "guerra giusta" o "guerra umanitaria", quando c'è un conflitto noi giornalisti abbiamo il dovere di riferire quello che succede, soprattutto per quanto riguarda la popolazione civile.

Durante la guerra del Kosovo, lo dico perché per me è stato un forte motivo di autocritica, l'unica informazione che noi avevamo, ci arrivava dall'Ufficio stampa della Nato: tutti i giorni faceva un *briefing* a mezzogiorno che si poteva seguire su Internet senza andare a Bruxelles. Questa era l'unica fonte che noi usavamo perché sul posto non c'erano giornalisti per motivi di sicurezza, se si esclude Antonio Russo di Radio Radicale che era rimasto a Pristina e ha potuto commentare i bombardamenti (e che poi è morto ammazzato in Georgia, perché stava indagando sulle vicende cecene). Non avevamo neanche notizie da parte della Jugoslavia perché trattandosi di una dittatura, a parte le notizie di regime, le voci diciamo attendibili, quale era per esempio la famosa B 92, erano state chiuse dal regime.

Quindi noi avevamo solamente il *briefing* della Nato, e io mi ricordo che utilizzavo tranquillamente quella fonte. Alla fine della guerra, sono cominciate a venir fuori una serie di verità sui cosiddetti "effetti collaterali" [...] e le false verità divulgate dalla Nato stessa. Mi sono vergognato di come avevo lavorato. Perché poi il fatto grave è questo, tu puoi anche riferire da una sola fonte, ma quando vieni a sapere che quella fonte ti ha imbrogliato, cioè ti ha nascosto quello che sapeva, come è accaduto per i 45 giorni circa della durata di quella guerra, io mi sono sentito responsabile di aver fatto acriticamente il megafono, e in quel caso

tu, lettore, avresti avuto il diritto di dirmi che ti avevo raccontato delle mezze verità, e che non mi ero neanche posto il dubbio di chiedermi: “sarà vero?”. E questo è invece un mio dovere.

Io penso che quell'esperienza ormai mi abbia vaccinato. Con la guerra in Afghanistan e soprattutto in Iraq noi in realtà abbiamo avuto fonti diversificate: la guerra è stata rapida ed è stata coperta quasi del tutto da Al Jazeera che poi è stata bombardata dagli americani; era comunque un punto di vista diverso, interessante. Al Jazeera è stata l'oggetto di una lunga discussione con la nostra corrispondente dal Cairo, Paola Caridi, che giustamente è molto critica perché spesso Al Jazeera riferisce un... mucchio di balle. Però noi europei che rappresentiamo le più antiche democrazie del mondo, non ce la possiamo prendere più di tanto con l'informazione di un paese che fino all'altro ieri non consentiva nemmeno la pubblicazione di un foglio ciclostilato e che oggi permette comunque l'esistenza di una televisione. Inoltre le “nostre” televisioni, durante la guerra in Afganistan, secondo il mio giudizio offrivano un punto di vista così schiacciato su quello dell'amministrazione americana, che era qualcosa di più che prendere partito, era appunto diventare il megafono.

Chiudo dicendo una cosa che mi ha molto colpito, in un'intervista con Robert Fisk, un giornalista sempre molto critico che è il corrispondente del *Guardian* da Beirut. Raccontava che cosa era secondo lui il giornalismo e diceva: “Il giornalista, pensavo, è quello che scrive la prima pagina della storia ma poi una collega israeliana mi fece notare che il nostro compito non è quello di scrivere la prima pagina della storia ma di fare sempre le pulci al potere.” Era la sua una posizione preconcepita? No, in realtà è una posizione molto corretta, perché chi ha il potere ha forza, ha i mezzi di informazione ed è più forte rispetto al 99% della popolazione del mondo che è indifesa, e quindi un buon giornalista ha il compito di dare le notizie e anche controllare quel centro di potere.

NICOLA VASAI: Vorrei una sua opinione su un tema assai attuale: durante la guerra in Iraq è ulteriormente aumentata la tendenza dell'informazione pubblica e privata italiana a far sì che essa “invadesse” ogni tipo di trasmissione, con salotti e dibattiti improbabili riguardo ad un tema tanto delicato. Non si rischia così di perdere ogni serietà di approccio, e quindi anche la obiettività dell'informazione?

GIORDANA: È un bel problema. Da parte mia, ho cercato di risolverlo in questa trasmissione radiofonica di Radio 3 che tratta di politica estera. Anche a me è capitato di parlare della guerra. C'è un modo abbastanza standard di trattare questo tema: si prende un esperto in materia militare, si prende un militare, si prende un commentatore politico. Io, fortunatamente, siccome conduco la

trasmissione una settimana al mese, e prima di me e dopo di me ci sono altre persone che hanno adottato questo schema (invitano cioè l'analista strategico, il militare, e così via), ho scelto completamente un altro versante. Non ho mai sentito un analista militare tranne una volta, ma altrimenti ho ignorato totalmente la parte militare: ho dato piuttosto molta attenzione all'aspetto dell'aiuto umanitario, della militarizzazione dell'aiuto umanitario, che è una delle questioni più spaventose delle ultime due guerre, quindi alla possibilità di accesso ai servizi per la popolazione civile. Ho fatto insomma una scelta totalmente non obiettiva. Ma il conduttore che sente l'analista strategico fa una scelta obiettiva? L'ascoltatore sa che quando ci sono io a fare quella trasmissione parlo di queste cose. Se vuole gira il canale. Questo è l'unico tipo di garanzia che io posso dare. La gente sa che quando ci sono io l'analista militare non c'è, e allora perché io dovrei sentire un analista militare? Quello militare è solo uno degli aspetti, tra l'altro uno dei più coperti.

Mi sono anche posto il problema: ma io devo dire che sono contro la guerra? Infatti così potrei aiutare l'ascoltatore a capire da che parte sto e io devo dargli un elemento per capire che sono schierato, perché nelle mie scelte non posso fare a meno di pensare con la mia testa. Poi però non è stato necessario farlo perché, come sapete, sono stati tutti pacifisti in questa guerra, persino il governo, in un certo senso, anche se poi sta cercando surrettiziamente di partecipare alla guerra in altro modo. Però, diciamo che la maniera di risolverlo è stata questa: sperare, in un certo senso, e questo vale anche per chi scrive, che le persone riconoscano nella tua firma, o alla radio nella tua voce, il fatto che tu sei uno che si occupa di certe cose, che ti interessa la popolazione civile, che ti interessa che gli aiuti verso la popolazione civile siano congrui alle necessità, che ti interessa l'aspetto politico dei partiti minori, non ti interessa l'aspetto militare se non per questioni correlate e magari ignorate: come per esempio le *cluster bombs*. Sono bombe a frammentazione che rimangono nel terreno per un tempo così lungo che si trasformano in mine: ogni anno qualche migliaio ne viene ancora ritrovato in Kuwait dalla fine della prima guerra del Golfo.

Credo che, di fronte all'ascoltatore (presupponendo però, me ne rendo conto, un ascoltatore, un telespettatore, un lettore, un po' *fidelizzato*, che dopo un po' riconosca la tua firma o la tua voce), l'unica maniera di dargli uno strumento di comprensione sia questo: quando sento Giordana so che parlerà sempre degli aiuti umanitari. Io utilizzo poco i commentatori: privilegio le fonti sul campo. Se posso, chiamo un giornalista: preferisco che mi racconti cosa sta succedendo, però non è detto che questa sia la scelta migliore, o la più opportuna. Ma è la *mia* scelta. Sono contento di questa trasmissione per il fatto che ha quattro scansioni con quattro voci differenti e ci sarà chi quando sente la mia voce dirà: "Ah, sempre il solito!", e cambia canale, o quello che dice: "Oh, finalmente posso sentir parlare degli aiuti umanitari".

“VEDERE” LA RADIO SU INTERNET

CHERUBINI: Il nostro ospite è Gianni Lucarini, che lavora a Radio Rai, nel settore Internet, ed è docente alla Scuola di giornalismo della Università Luiss di Roma, dove insegna *Tecniche informatiche, grafica e giornalismo on line*. Ci parlerà tra l'altro dell'impatto che i professionisti della sua generazione si sono trovati ad avere con le nuove tecnologie applicate al mondo dell'informazione.

Lucarini sarà affiancato da Elisabetta Tanini, che ha frequentato la Scuola di giornalismo della Università Luiss di Roma e può testimoniare gli inizi dell'esperienza giornalistica per le nuove generazioni. In particolare ha lavorato soprattutto per la radio, e quindi ci illustrerà questo particolare ambito. Nonostante la sua giovane età, è infatti già stata redattrice all'*editing* del Gr 2 sera ed è ora redattrice del settore economia nel Giornale radio Rai. Quindi potremo spiegare al meglio il tema principale del nostro incontro, ovvero le possibilità di interazione tra radio e Internet.

Lucarini è il coordinatore del sito Internet del Giornale radio Rai. Ha seguito a suo tempo un Corso di perfezionamento sulla *Formazione in rete* presso l'Università degli Studi di Firenze. Questo ci fa subito affrontare un aspetto assai interessante ed indubbiamente attuale: quanto la formazione tradizionale di un giornalista si intrecci con le nuove competenze tecniche e tecnologiche.

Adesso lascio la parola a Lucarini, che esordirà parlando della propria formazione professionale.

LUCARINI: Sono stato assunto in Rai ufficialmente nel 1987, alla radio, dove ancora lavoro (ma sapete bene che in Rai prima di essere assunti a tempo indeterminato si passano parecchi anni da precari e io non ho fatto eccezione). Sono entrato al Gr 3 e dal 1996 mi occupo del sito Internet del Giornale radio. La mia formazione professionale iniziale può essere considerata atipica: mi sono infatti sempre interessato di tecnologia e di divulgazione scientifica, per cui quando ancora non c'erano i computer mi divertivo a fare montaggi elettronici radio e televisivi. Un mio professore di scuola media, che aveva intuito in me il barlume della *pazzia* tecnologica, mi invitò un giorno da lui a Perugia e mi regalò una valigia, dicendomi di non aprirla. Quando lo feci, vi trovai uno dei primi Corsi di elettronica della Scuola Radio Elettra di Torino, allora in auge, che adesso si interessa soprattutto del settore informatico. Poi sono comparsi i primi computer, per i quali ho subito avuto una grande passione. Nel 1995, assieme ad un collega, abbiamo stilato il progetto per inserire il Giornale radio su Internet.

La radio occupa “meno banda”, meno spazio: è quindi più facile da scaricare rispetto alle immagini televisive.

Essendo dei precursori abbiamo inizialmente dato scandalo, perché eravamo i primi giornalisti a parlare di *digitalizzazione* con tecnici ed ingegneri.

Nel febbraio del 1996 siamo partiti con l'edizione del Gr1 delle ore 13: pubblicavamo integralmente su Internet tutto l'audio, che ancora oggi potete ascoltare (è archiviato sul sito www.grr.Rai.it). Abbiamo inoltre cominciato ad elaborare prodotti alternativi per integrare la programmazione via etere. Quindi cambiavamo i titoli, differenziavamo le notizie, oppure realizzavamo prodotti specifici per Internet come il *Gr-web*, dedicati alle notizie trovate sulla rete. Superata l'iniziale diffidenza, con ingegneri e tecnici abbiamo instaurato un rapporto di collaborazione, ma restavano da convincere i colleghi giornalisti che di Internet non volevano saperne.

A tutt'oggi le cose sono cambiate solo parzialmente. Il lavoro *on line* è infatti abbastanza “nascosto”: un giovane giornalista che vuole farsi conoscere preferisce firmare servizi televisivi o radiofonici, piuttosto che quelli in rete. L'altro ostacolo nei confronti di Internet resta quello di natura tecnica: oggi le nuove generazioni sanno usare i computer, ma se su Internet si può imparare presto a digitalizzare un *file* audio, trasformandolo in *real audio* (il formato che può essere ascoltato *on line*), bisogna però anche avere delle conoscenze di base del linguaggio di programmazione *html* e alcune cognizioni di grafica.

Su Internet è molto importante il modo con cui si presenta una certa informazione. È necessario quindi conoscere anche programmi di trattamento delle immagini, come per esempio *Photoshop*.

I primi anni facevamo tutto da soli. Lavoravamo in due-tre giornalisti, con consulenti esterni che ci aiutavano nella parte grafica. Costruivamo le pagine web, inserendo a mano i vari comandi *html*. Poi è arrivata l'automazione, che permette anche a chi è a digiuno di *html* di poter inserire propri contenuti sul Web. Tutte le principali pagine telematiche di giornali, portali, ecc. sono fatte così.

L'automazione ha però portato in alcuni casi ad un abbassamento del livello di creatività grafica. L'automazione permette di spostare una foto a sinistra al centro o a destra, ma solo in queste posizioni. Se io voglio collocarne una vicina al mio testo e in un certo modo, per farlo devo spesso inserire a mano i comandi *html*. E ciò appunto dimostra che se l'automazione allarga il bacino dei potenziali utilizzatori, ne consegue appunto un peggioramento della grafica.

CHERUBINI: Vorrei chiedere adesso a Lucarini un parallelo tra Internet e la radio, introducendo così l'intervento di Elisabetta Tanini sulla specificità di questo mezzo d'informazione nel nuovo millennio.

LUCARINI: Credo che in un sito Internet d'informazione un archivio aggiornato e consultabile sia un elemento importante e vincente. Devo però segnalare una cosa. Noi abbiamo circa 40.000 *file* audio ma la consultazione è legata al solo ascolto (per esempio) dell'intero Gr di quel dato giorno e di quel dato anno.

Se voglio risentire un Giornale radio del 19 febbraio 1998 posso farlo senza problemi, ma se mi chiedete dove trovare, per esempio, l'intervista che Lucarini ha fatto ad Andreotti sul processo di Palermo, vi confesso che non ho idea di come rintracciarla. Posso solo dirvi vagamente: "Mi ricordo di averla realizzata nel mese di..., dell'anno...". Questo problema di fatto viene superato nel momento in cui si realizza la cosiddetta *indicizzazione* dei *file*. È quello che stanno facendo le *Teche Rai*. C'è bisogno però dei *documentatori*, gli storici di Internet, che devono ascoltare tutto ciò che va in onda e, seguendo una scaletta precisa, risalire a chi sono le persone che parlano, chi gli intervistati e qual è l'argomento trattato. Automaticamente posso quindi digitare Lucarini-Andreotti-Palermo e trovare i *file* audio che mi interessano.

Nel grande sito delle *Teche Rai* si sta digitalizzando tutto il passato per poterlo mettere a disposizione degli utenti.

Riguardo al rapporto tra Radio e Internet bisogna precisare che la radio resta il mezzo di comunicazione più semplice per la rete.

Il problema che ci siamo posti all'inizio era se Internet dovesse rimanere soltanto un serbatoio in cui scaricare quello che veniva trasmesso, oppure diventare un mezzo di approfondimento.

Per me inserire su Internet tutto quello che va in onda non ha alcun senso. Manca infatti, in questo caso, quella mediazione giornalistica che permette all'utente di fare un'adeguata ricerca o selezione del materiale. All'interno di un palinsesto (di Radio 1, Radio 2, ecc.) la cosa migliore da fare è identificare i programmi più facilmente trasportabili in rete, creando la giusta interazione con l'utente.

Ci sono oggi emittenti, soprattutto straniere, che alla radio danno la notizia, precisando che verrà approfondita *on line* con voci ed immagini. Questa è la strada da seguire. Come? Coinvolgendo il più possibile tutti i giornalisti della testata.

I settori tematici all'interno di una testata giornalistica della radio, della Tv o della carta stampata sono più o meno gli stessi: cronaca, esteri, economia, ecc. Il sistema che noi abbiamo adottato negli ultimi due anni è quello di invitare ciascuna redazione tematica a crearsi un proprio spazio all'interno del sito del GR.

Il caporedattore dell'economia conosce le notizie più importanti del giorno: i contributi prodotti dai redattori di quella tematica possono dunque essere passati su Internet, ovviamente *cappellati*, come si dice in gergo, ovvero

provvisi di un'introduzione e poi arricchiti da *link* e da fotografie, inseriti spesso nella loro versione integrale.

Un pezzo medio per il Gr 1 dura un minuto, per il Gr 2 40-45 secondi. Nel caso l'intervista sia più lunga e non possa essere interamente mandata in onda si può rinviare l'ascoltatore al sito Internet, sul quale troverà il pezzo integrale.

Nella nostra redazione siamo circa 200 giornalisti: come si fa ad insegnare a tutti come pubblicare i propri contributi su Internet? È impossibile, anche perché, e lo ribadisco, Internet da molti colleghi è ancora considerato una categoria di serie B. Anche se è curioso notare come ci siano numerosi colleghi anziani che si sono innamorati del mezzo telematico molto più di tanti professionisti più giovani.

Abbiamo quindi dato la possibilità a tutti di utilizzare i sistemi automatici. Per cui il collega può *clikkare* su un determinato indirizzo Internet, gli appare una schermata e ha la possibilità di inserire un titolo, un sommario, una foto o un *link*. Purtroppo, la pagina si forma in base ad una serie di parametri fissi (come dicevo prima, con un appiattimento della creatività). Però è il prezzo da pagare per permettere l'accesso su larga scala. Tra qualche anno magari ci accorgeremo che Internet per tutti è una scelta sbagliata, nel senso che converrebbe facilitare chi dimostra di essere realmente motivato ad avere una propria presenza in rete.

CHERUBINI: Vorrei introdurre l'intervento di Elisabetta Tanini, che ci aiuterà a capire le interazioni tra Internet e la radio. Ci spiegherà anche quelli che sono i "tempi tecnici" dell'informazione alla radio, che divergono ovviamente da quelli di carta stampata e televisione.

TANINI: Sono diventata professionista nel 2001, ma come alcuni di voi, ho cominciato a lavorare in questo settore fin dal periodo universitario. Ho iniziato con la carta stampata, dallo sport, poi ho fatto un po' di cronaca, che è la base per tutti i giornalisti, e quindi mi sono specializzata nel giornalismo economico. Mi sono trovata in Rai proprio nel momento in cui c'è stato il passaggio dalle tecnologie analogiche a quelle digitali. Questo per me è stato un vantaggio: penso che potrà esserlo anche per quelli di voi che cominciano ad avere una certa familiarità con il computer e vogliono intraprendere questa professione. Per ridurre i costi, la Rai ha infatti "tagliato" molti dei tecnici, e a noi giovani viene chiesto di fare il montaggio da soli.

Non so quanti di voi ascoltino assiduamente la radio: come ben sapete è un mezzo di comunicazione veloce ed immediato, che arriva ovunque. Spesso, nei servizi, il redattore non vi racconta solo il fatto di cronaca, ma lo integra proponendo la voce del politico o del calciatore di turno che commenta l'avvenimento. Questo servizio in passato veniva costruito con il supporto del

tecnico: il redattore registrava il suo piccolo racconto, lo *speech*, e poi lanciava il personaggio intervistato. La voce dell'intervistato veniva montata da un tecnico. A me invece è stato chiesto di fare a meno del tecnico, di lavorare con un *software*, peraltro semplice, su cui viene riportata la voce dell'intervistato sulla quale lavoro. Mi gestisco quindi autonomamente il servizio, senza bisogno di qualcuno che mi supporti, riducendo tempi.

Grazie al sistema digitale, poi, adesso posso scomporre ogni frase e selezionare le parole che mi servono. Le persone intervistate tendono ad allungare i discorsi, mentre in radio i tempi sono particolarmente ristretti. Il digitale favorisce la sintesi: posso prendere la prima frase di un discorso ed integrarla con l'ultima o con il concetto più importante, tagliando tutto il resto. A chi mi chiede se non preferirei fare televisione rispondo che fare radio adesso è molto più divertente, perché in questo momento è l'unico dei *media* che per merito del digitale è diventato completamente indipendente. Noi andiamo in giro con il nostro *minidisc*, facciamo le interviste, possiamo anche non rientrare in redazione, ma montare il servizio sul computer portatile, scegliamo le voci che vogliamo. Quando ho creato il mio servizio lo invio in redazione. Potete fare i cronisti ovunque, in ogni contesto. La rivoluzione digitale per la radio a mio parere è stata quindi positiva.

Ho fatto anche un po' di televisione, al Tg regionale, e ho notato come ci fossero tempi morti eccessivi. Io prendevo le immagini, mi scrivevo il pezzo, dovevo quindi aspettare qualcuno che selezionasse le immagini, assemblandole insieme a me. Per costruire un servizio impiegavo due-tre ore. Per produrre un pezzo radiofonico impiego al massimo 40 minuti. È un'esperienza stimolante, che vi fa sentire autonomi.

Quello che può essere pericoloso, con le nuove tecnologie, è la possibilità di manipolare le opinioni espresse dagli intervistati. Qualche volta correggiamo i congiuntivi dei politici, e fin qui tutto bene; altre volte però i servizi possono non rispettare fedelmente quanto detto dall'intervistato di turno. Ovviamente la professionalità del giornalista, il suo attenersi al codice deontologico, dovrebbero rappresentare una garanzia di corretta informazione. In Tv, a *Striscia la Notizia*, vedete che noi giornalisti tagliamo parti dei discorsi, mettendone in risalto altre. In televisione il digitale è arrivato solo in parte, per cui la manipolazione può essere solo parziale, perché certi sfondi delle immagini sono difficilmente sostituibili (rischieresti di mandare in onda un vuoto) ed è perciò più facile smascherare eventuali inganni. In radio c'è invece, purtroppo, la possibilità di strumentalizzare certe frasi manipolandole a seconda del taglio che si intende dare ad un servizio. Per cui il digitale può, da questo punto di vista, rivelarsi un'arma a doppio taglio.

CHERUBINI: L'esauriente spiegazione fatta da Elisabetta Tanini ci fa capire come le nuove tecnologie consentano anche l'eventuale manipolazione dell'informazione. Ancora una volta, quindi, gli interventi dei nostri ospiti ci consentono di ricordare e sottolineare alcuni aspetti fondamentali della loro professione: in questo caso l'importanza di un costante richiamo alla deontologia e alla sua applicazione nei nuovi contesti del giornalismo multimediale.

Torniamo a Gianni Lucarini, per capire come si lavora in un sito Internet nella quotidianità.

LUCARINI: Possiamo seguire direttamente sullo schermo quello che andiamo a dire adesso. Prima però è necessaria una distinzione formale e sostanziale: in Rai c'è una netta differenza tra *rete* e *testata*. La testata è il riferimento giornalistico, al vertice c'è un direttore giornalista. Noi la identifichiamo nel Gr1, Gr2 e Gr3. Da 3-4 anni abbiamo poi un unico direttore per il Giornale radio unificato (al cui interno ci sono Gr1, Gr2 e Gr3).

La rete corrisponde invece ai programmi, per esempio alla musica, che non ha nulla a che vedere con l'ambito giornalistico. Da pochi anni il direttore del Gr1 (testata giornalistica), è anche direttore di Radio 1 (rete). Così abbiamo programmi come *Baobab* che mescolano *news* e musica. Il giornalista conduttore ha accanto il *dj* che presenta le canzoni. Questo per mantenere una certa distinzione tra informazione e intrattenimento.

Quando voi cliccate su www.radio.Rai.it, entrate nel portale. Poi, all'interno, noterete che Radio 1 ha un tipo di grafica più serio, Radio 2 è più rivolta ai giovani. Anche se l'automazione, come ho più volte accennato in precedenza, comporta una certa uniformità. Tutte le grandi trasmissioni hanno un sito nel sito. Rimane invariata la parte esterna, il visitatore sa che si trova per esempio su Radio 1, ma magari potete sviscerare nel dettaglio il sito del programma *Radio anch'io*. Potete quindi ascoltare la puntata di oggi, partecipare ad un *forum*, comunicare per posta con i conduttori, ecc.

Nella *home* del Giornale radio, sotto la scritta *Netnews*, troviamo tutte le tematiche. Se vado per esempio in *Politica* trovo un servizio delle 13, messo in rete proprio adesso dalla nostra "quirinalista" Grazia Trabalza, sulla consegna delle onorificenze il 2 giugno al Quirinale. Più in basso trovate un pezzo del 25 maggio che può essere ascoltato in *real audio*. Il servizio della Trabalza non è disponibile in *real audio* perché il tecnico deputato a tale compito non ha ancora inserito il *file* audio. Questo succederà tra qualche minuto. Possono naturalmente essere inserite, in questo contesto, fotografie e *link*.

Se ora torniamo alla *home page*, notiamo che la disponibilità iniziale è di quattro notizie. Quella più importante di oggi è la presa di posizione di Prodi sulla Costituzione dell'Unione europea. Nel caso specifico, alla tematica di

riferimento *Esteri* “linkiamo” gli aggiornamenti delle varie edizioni del Giornale radio, oppure il sito dell’Unione Europea.

Nell’archivio storico troviamo tutte le edizioni del Giornale radio (Gr1, Gr2 e Gr3) dal febbraio 1996 in poi. Inseriamo *on line* ovviamente solo le edizioni principali, disponibili in rete circa 5 minuti dopo la fine della messa in onda radiofonica.

Se intervengo sul codice *html* posso cambiare il colore dello sfondo, le fotografie o il testo, mettere la creatività al servizio del mio lavoro. Questo veniva fatto in passato, come si può notare scorrendo le pagine d’archivio. Poi, naturalmente, la pagina scaturita da un lavoro di squadra poteva piacere o meno, in base ai gusti individuali, ma veniva in ogni caso caratterizzata. Adesso, con l’automazione, non è più così. Siamo però forse tornati ad essere un po’ più giornalisti, nel senso di pensare più ai contenuti che all’aspetto tecnologico.

Aprendo il sito di Radio 2 si notano già, ad una prima occhiata, le differenze con quello di Radio 1. Anche in questo caso, come in tutti i siti più nuovi, ci sono comunque degli spazi standard. Se sostituisco una fotografia so benissimo che la nuova andrà comunque collocata nello stesso punto e avrà le stesse dimensioni di quella precedente.

Radio 3 è la radio *culturale*: la grafica è quindi plasmata in base alle caratteristiche proprie della Testata.

La Rai è Tv e radio. L’indirizzo di riferimento è www.Rai.it. Da qui si può andare ovunque, possiamo per esempio aprire il menù della radio ed entrare sul Gr o sul Gr Parlamento. Su *Netnews* sono adesso inseriti anche i telegiornali. Abbiamo iniziato con i titoli, adesso possiamo soffermarci brevemente sul Tg.

I giornalisti che lavorano nel settore Internet partecipano alle riunioni di redazione, due o tre al giorno, che vengono tenute dal direttore, quando c’è, oppure dal vicedirettore di turno. Questo permette una certa uniformità editoriale tra la produzione radiofonica in senso stretto e quella su Internet. Si evitano così eventuali discrepanze di titoli o contenuti tra i due *media* e ci si conforma alla linea della testata. Siamo divisi in fasce di lavoro: c’è chi fa quella dell’alba, chi quella del centro, chi quella della sera o della notte. A queste fasce lavorano un certo numero di giornalisti, che utilizzano non solo servizi prodotti in proprio, ma anche quelli delle tematiche specializzate. Le fasce confezionano dunque le edizioni principali, mentre le tematiche forniscono i servizi per le edizioni suddette. Quindi se devo fare un pezzo su Ciampi, come capo-fascia so di poter contare sulla “quirinalista” che fa il pezzo e poi lo manda, con il procedimento spiegato dalla collega Tanini, già montato, digitalizzato, e con più voci.

CHERUBINI: Internet può indubbiamente contribuire ad una sorta di “contaminazione” della radio con la televisione. Penso per esempio al fatto che

tradizionalmente gli ascoltatori radiofonici hanno avuto *voci* di riferimento cui non era associato un volto, un po' come avveniva una volta con gli articoli di alcune nobili firme della carta stampata. Da questo punto di vista oggi la specificità della radio rispetto alla Tv rischia di venir meno, stravolgendone l'identità. A questo proposito vorrei chiedere l'opinione di Lucarini.

Concludo infine con una domanda vera e propria, articolata su più punti. Noi siamo di fronte a studenti che si stanno affacciando al mondo del lavoro: uno degli interrogativi d'attualità è capire quanto e come la formazione culturale offerta dall'Università si possa integrare con la necessaria formazione di tipo professionale. In base alla sua esperienza maturata come docente alla Luiss, seguendo da vicino i percorsi professionali di aspiranti giornalisti, domando a Lucarini quanto secondo lui ancora pesi la preparazione culturale rispetto alla padronanza delle nuove tecnologie. Inoltre, l'utilizzo su larga scala delle nuove tecnologie non rischia di far scomparire la classica figura del giornalista, consentendo la divulgazione dell'informazione a chi non ha necessariamente competenze professionali specifiche?

LUCARINI: Non credo che il mestiere del giornalista sia destinato a scomparire. Si diceva che l'informatica, la tecnologia, Internet avrebbero messo a repentaglio la nostra professione: non è successo. Sicuramente, però, la formazione culturale diventa ancora più importante che in passato, per evitare che le nuove tecnologie provochino un impoverimento dei contenuti dell'informazione, perché tendono a standardizzare la comunicazione (spesso verso il basso). Io ho 50 anni. La mia generazione era abituata a leggere; io ho due figli, uno è un genio del computer, l'altra vorrebbe addirittura fare la giornalista, ma nessuno dei due legge molto. Sono, piuttosto, abituati a guardare la televisione, talvolta passivamente, accontentandosi di quel che viene loro proposto o... propinato. Eppure da questo punto di vista non sono pessimista. Noto nei miei figli, e più in generale nei ragazzi della loro età, qualità ed aperture mentali che la mia generazione non ha mai avuto. Anche se talvolta avverto l'assenza di una base culturale che televisione e Internet non riescono a dare e che nella mia generazione era garantita da una cultura "stratificata" in cui la famiglia, la scuola, la lettura avevano il ruolo fondamentale. Più che mai dunque per un giornalista è oggi necessaria una adeguata preparazione, prima scolastica e poi universitaria.

Il contenuto delle domande degli studenti e delle relative risposte è stato rielaborato ed inserito nel testo

SCHEDE BIOGRAFICHE

MARIO DE GREGORIO

Bibliotecario presso la Biblioteca Comunale degli Intronati di Siena.
Giornalista pubblicista dal 1980.

Collaboratore di giornali e periodici locali e nazionali, si dedica da anni alla storia della cultura e dell'editoria senese in età moderna.

È membro della Società italiana ed europea di studi sul secolo XVIII e dell'Associazione italiana storici dell'Università. È accademico Intronato e Fisiocritico.

Dirige il periodico *AIDAinformazioni*, organo dell'Associazione Italiana Documentazione Avanzata. Collabora con l'Istituto dell'Enciclopedia Italiana per il *Dizionario Biografico degli Italiani*.

GIANNI TIBERI

Nato a Macomer (Nuoro), il 24 aprile 1949.
Giornalista professionista dal dicembre del 1978.

Esperienze professionali

Ha lavorato presso la redazione di Prato del giornale *Avvenire*; nel 1979 è stato responsabile della redazione di Lucca dello stesso giornale.

Dal 1° gennaio 1980 è assunto dal giornale *La Nazione* come responsabile della redazione di Empoli. Dal novembre dello stesso anno è a Siena come viceresponsabile della redazione locale. Nel 1994 viene nominato responsabile della redazione senese.

DANIELE REDAELLI

Nato a Sesto San Giovanni (Milano) il 3 giugno 1952.
Giornalista professionista dal 1976.

Esperienze professionali

1970-1974: collaboratore sportivo del settimanale *Luce Sestese*

1974: Inizia a collaborare con la *Gazzetta dello Sport* ed è assunto nel settore sport olimpici

1982-1987: vicecaposervizio del settore sport olimpici

1987-1991: caposervizio del settore sport olimpici

1991-1997: vice capo redattore

Dal 1997: capo redattore

ENRICO ZANCHI

Nato a Siena il 19 maggio 1942.

Giornalista professionista e dirigente della Regione Toscana.

Esperienze professionali

Dal 1959 collabora con quotidiani, periodici, RAI, emittenti televisive private.

1960-1967: redattore da Siena del quotidiano *L'Unità*.

1967 -1971 direttore responsabile del settimanale *Nuovo Corriere Senese*.

Dal 1971 è stato dirigente della Regione Toscana, con incarico di responsabile dell'Ufficio stampa del Consiglio regionale.

Ha ricoperto incarichi nell'Ordine dei giornalisti della Toscana; è stato Consigliere nazionale dell'Ordine dei Giornalisti nell'Azienda Autonoma di Turismo di Siena e membro del Consiglio di amministrazione della Fondazione Toscana Spettacolo.

Dal 1994 è presidente dell'Azienda per il Diritto allo Studio Universitario di Siena e membro della Conferenza Regione-Università.

MARCO PALOCCI

Nato a Roma il 2 dicembre 1960.

Giornalista professionista e giornalista parlamentare dal 1986.

Esperienze professionali

1985-1990: Praticante agli interni presso la redazione romana dell'*Avvenire*; nel 1986 è nominato redattore parlamentare ed entra a far parte dell'Associazione Stampa Parlamentare.

1990-1993 : viceresponsabile dell'ufficio di corrispondenza del *Sole 24 Ore_Emc - New York*.

1993 -1997: vicecaposervizio ed inviato per gli interni del *Sole 24 Ore* – Roma.

1997 -2001: Portavoce e Capo dell'Ufficio stampa della Camera dei Deputati.

Dal 2001: Inviato speciale per la politica interna ed internazionale, *Il Sole 24 Ore* – Roma.

ANTONIO DIPOLLINA

EMANUELE GIORDANA

Nato a Milano il 26.1.53, giornalista,

Esperienze professionali

E' direttore dell'Associazione giornalistica

Lettera 22 e fa parte del Gruppo di lavoro
sull'Asia Orientale e l'Oceania dell'Associazione

Geografi Italiani. Conduce su RadioRai la rubrica *Radio3Mondo*.

Sino al 1990 docente di cultura indonesiana

presso l'IsMEO di Milano e direttore responsabile

della rivista *Quaderni Asiatici*. Dal '90 al '92 è stato redattore all'*Avanti!*

Nel 1993 ha fondato con altri soci *Lettera 22*.

Ha scritto diversi saggi sull'Asia e in particolare sull'Indonesia.

GIANNI LUCARINI

RICCARDO PRATESI

Nato a Siena il 21 maggio 1975.

Giornalista professionista dal 28 febbraio 2002.

Esperienze professionali

Dal marzo 1995 all'ottobre 1996 collabora con il quotidiano *Il Corriere di Siena*.

Nel giugno 1998 stipula un contratto di collaborazione con *Il Corriere dello Sport*.

Dal 1 luglio al 30 settembre 2000 stage presso la redazione milanese della *Gazzetta dello Sport*.

Dal 1 giugno al 30 settembre 2001 stage presso la redazione romana della *Gazzetta dello Sport*.

Dal 15 giugno al 15 settembre 2002 contratto trimestrale come redattore della *Gazzetta dello Sport*.

Dal 31 maggio 2002 al 31 marzo 2003 collaboratore sportivo del periodico *La Tele*.

Attualmente ha un nuovo contratto con la *Gazzetta dello Sport*

Collabora con la Cattedra di Storia del Giornalismo della Facoltà di Scienze Politiche dell'Università di Siena.

ELISABETTA TANINI

NICOLA VASAI.

Laureato in Storia del giornalismo con una tesi sulla nascita e l'evoluzione del telegiornale in Italia, con un approfondimento sui notiziari delle emittenti locali.

Redattore della emittente locale toscana RTV38, prepara e conduce varie edizioni del TG (38NEWS), cura la trasmissione giornalistica politica sull'attività del Consiglio Regionale Toscano *La Voce del Consiglio*, fa parte della redazione del settimanale di approfondimento *L'inchiesta* e saltuariamente si occupa anche di sport.

APPENDICE

Documento 1

*Programma del Corso ex- lege 150/2000 attivato presso la Facoltà di Scienze Politiche
dell'Università degli Studi di Siena
(settembre-dicembre 2003)*

CORSO PER UFFICI STAMPA EX LEGE 150/2000

Organizzatori:

Facoltà di Scienze Politiche
Curriculum in Comunicazione sociale e istituzionale
Università degli Studi di Siena

**Con il patrocinio del
Consiglio dell'Ordine dei giornalisti della Toscana**

Coordinatori: Prof. Antonio Cardini - Prof.ssa Donatella Cherubini

Collaborazione operativa: Dott. Enrico Zanchi - Dott. Marco Palocci –
Dott. Vincenzo Coli

Segreteria *Agenzia Impres Siena*

120 ore per responsabili Uffici stampa in servizio da meno
di due anni (al dicembre 2001) *

90 ore per responsabili da almeno due anni §

90 ore per operatori da meno di due anni §

60 ore per operatori da almeno due anni #

Il Corso è aperto anche agli operatori degli US privati (sulla base della
Delibera del Consiglio Nazionale Ordine dei giornalisti 9 giugno 2003)

Frequenza: Firma obbligatoria e partecipazione ad almeno 80% del Corso

Attestato: Tesina/Elaborato finale

Sede: Facoltà di Scienze Politiche Via Mattioli 10 SIENA (Aule con tutti i
supporti tecnologici e utilizzo dell'Aula informatica con 30 posti)

PROGRAMMA

Venerdì 26 settembre ore 10-12 Aula delle Conferenze

Introduzione: On. Riccardo Nencini, Presidente Consiglio Regionale Toscano
Dott. Massimo Lucchesi, Presidente Consiglio dell'Ordine dei Giornalisti della Toscana
Dott. Giacomo Di Iasio, Presidente Giornalisti Uffici Stampa della Toscana

1. INFORMAZIONE ISTITUZIONALE (max 22 ore)

Venerdì 26 settembre, ore 14,45-18,45 Aula 3A

A) La Legge 150/2000, il Regolamento attuativo e le prospettive professionali (2 ore) *§ #

Dottor Marco Palocci (*Il Sole 24 Ore*, Già Responsabile Ufficio stampa della Camera dei Deputati)

B) Gli Uffici stampa pubblici e privati (2 ore) *§ #

Dottor Giacomo Di Iasio (Presidente GUS Toscana)

Sabato 27 settembre, ore 9,15-13,15 Aula 3°

C) Gli Uffici stampa degli organi istituzionali : il caso della Camera dei Deputati (2 ore) *§ #

Dottor Marco Palocci (*Il Sole 24 Ore*, Già Responsabile Ufficio stampa della Camera dei Deputati)

D) La deontologia professionale (2 ore) *§ #

Dott. Mauro Banchini (Consiglio dell'Ordine della Toscana);

Sabato 27 settembre, ore 14,45-16,45 Aula 3A

E) La deontologia professionale nel lavoro degli Uffici stampa delle P.A. e privati (2 ore) *§ #

Dott. Mauro Banchini (Consiglio dell'Ordine della Toscana)

Venerdì 3 ottobre, ore 9,15-13,15 Aula 2

F) L'Ufficio stampa nella Pubblica amministrazione: struttura, organizzazione, operatori (2 ore) *§ #

Dottor Enrico Zanchi (Già responsabile Servizio informazione Consiglio Regionale Toscano)

G) Come lavora un Ufficio stampa: il caso della Amministrazione Provinciale di Siena (2 ore) *

Dottor Vincenzo Coli (Ufficio stampa dell'Amministrazione Provinciale di Siena)

Venerdì 3 ottobre, ore 14,45-18,45 Aula 3 A

**H) Come lavora un Ufficio stampa : il caso dell'Amministrazione Provinciale di Firenze *§
#: a scelta tra H e I (4 ore)**

Dottor Michele Brancale (Amministrazione Provinciale di Firenze)

**I) Come lavora un Ufficio stampa: il settore privato *§
#: a scelta tra H e I (4 ore)**

Dott. Luciano Martelli (Responsabile U.S. Enel spa Toscana)

2. DIRITTO DELL'INFORMAZIONE (max 12 ore)

Sabato 4 ottobre, ore 9,15-13,15 Aula 3°

**A) Cenni storici sulla normativa sulla stampa in Italia (4 ore) *§ #
(Prof. Antonio Cardini/Prof. Donatella Cherubini, Facoltà di Scienze Politiche)**

Venerdì 10 ottobre, ore 9,15-13,15 Aula 2

A) Principi costituzionali e legge sulla stampa (2 ore) *§ #

(Prof. Michela Manetti, Facoltà di Scienze Politiche)

B) L'assetto normativo della informazione istituzionale. Le fonti della informazione pubblica. Il diritto all'informazione e la privacy (2 ore) *§ #

(Prof. Michela Manetti, Facoltà di Scienze Politiche)

Venerdì 10 ottobre, ore 14,45-18,45 Aula 3°

C) Il codice penale e l'informazione- La diffamazione * (2 ore)

(Prof. Roberto Borrello, Facoltà di Scienze Politiche)

D) Il diritto dell'Unione europea e l'informazione * (2 ore)

(Prof. Achille Accolti Gil, Facoltà di Scienze Politiche)

3. LINGUAGGIO DEI MEDIA (max 8 ore)

Sabato 11 ottobre, ore 9,15-13,15 AULA 3A

A) Linguaggio italiano (2 ore) *§

(Prof. Luca Verzichelli, Facoltà di Scienze Politiche)

B) Linguaggio anglosassone (2 ore) *§ #

(Prof. John Morley, Facoltà di Scienze Politiche)

4. SOCIOLOGIA DELL'INFORMAZIONE * 8 ore § = 4 ore # = 0 ore

Venerdì 17 ottobre, ore 14,45-18,45/Venerdì 28 novembre ore 14,45-18,45 Aula 3a

(Prof. Roberto De Vita, Facoltà di Scienze Politiche)

5. TECNICA GIORNALISTICA (8 ore) *§ #

Sabato 18 ottobre, AULA 3A

ore 9,15-13,15- Dott. Antonio Dipollina, *la Repubblica*

14,45-18,45 Dott.ssa Laura Pugliesi (Segreteria Consiglio dell'Ordine della Toscana) **AULA 3A**

6. ESERCITAZIONI PRATICHE *§ 16 ore # = 12 ore

Venerdì 24 ottobre, ore 9,15-13,15- 14,45-18,45 **Aula informatica**

Sabato 25 ottobre, ore 9,15-13,15 **Aula informatica**

Venerdì 31 ottobre, ore 9,15-13,15 **Aula informatica**

Venerdì 5 dicembre ore 9,15-13,15 **Aula informatica**

Ricerca e selezione delle informazioni, il comunicato, la rettifica, la conferenza stampa, il notiziario dell'ente, ecc.

(Dott. Enrico Zanchi - Dott. Vincenzo Coli)

7. I SITI WEB DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E PRIVATI (max 12 ore)

A) L'evoluzione della Pubblica amministrazione e la normativa sugli US * §

Venerdì 7 novembre, ore 9,15-13 **Aula 2**

Prof.ssa D. Cherubini

B) Il giornalismo web e gli Uffici stampa*§ #

Venerdì 7 novembre, ore 14,15-17,30 **Aula informatica/Aula 2**

Dott. Pasquale Cascella (già Capo Ufficio stampa di Palazzo Chigi)

C) I siti web della Pubblica amministrazione e privati *§ #

Sabato 8 novembre ore 9,15-13 Aula informatica/Aula 2

Dott. Marco Palocci

Linguaggio anglosassone (bis) *

Venerdì 14 novembre ore 9,15-13 Aula 2

Dott.ssa Stefania Biscetti (Facoltà di Scienze Politiche)

Come lavora un Ufficio stampa

Venerdì 14 novembre ore 14,15-17,30 Aula informatica/Aula 2 *§ #

Dott. Daniele Pugliese (Capo Ufficio stampa Giunta Regionale Toscana)

Come lavora un Ufficio stampa

Sabato 15 novembre ore 9,15-13, / Aula informatica Aula 2 *§

Dott. M. Brancale (Addetto stampa della Provincia di Firenze)

SEMINARIO NAZIONALE DI STUDI SUGLI US *§ #
19 novembre, ore 9,30-13,30 Firenze, Palazzo Vecchio

8. TECNICHE MULTIMEDIALI AL SERVIZIO DELL'INFORMAZIONE

Venerdì 28 novembre, ore 9,15-13,15 Aula informatica/Aula 2A

A) Introduzione *§ #

Dott. Gianni Lucarini, Giornale radio Rai - Internet

Venerdì 28 novembre, ore 14,15-17,30 Aula informatica/Aula 2A

B) Posta elettronica, motori di ricerca, giornali on line, scrittura sul web, ecc. *§

Dott. Gianni Lucarini

Linguaggio anglosassone (ter) *

Sabato 29 novembre, ore 9,15-13,15 / Aula informatica/Aula 2A

Prof.ssa Louann Haarman (Università di Bologna)

ESERCITAZIONI (Tesina) *

Venerdì 5 dicembre ore 9,15-13,15 / 14,15-17,30 / Aula informatica/Aula 2A

Dott. E. Zanchi- Dott. V. Coli

9. L'EDITORIA ON LINE *

Sabato 6 dicembre ore 9,15-13,15

Dott. M. De Gregorio- Biblioteca Comunale degli Intronati, Siena

APPENDICE

Documento 2

*Elenco degli iscritti al Corso ex-lege 150/2000 attivato presso la Facoltà di Scienze
Politiche dell'Università degli Studi di Siena
(settembre-dicembre 2003)*

1. Nicola	ARCIERI	Laureando in Contabilità di Stato e degli Enti locali - Laurea specialistica in Scienze della Pubblica amministrazione, Facoltà di Scienze Politiche. Giornalista pubblicista, collabora con testate locali in Calabria e in Toscana.
2. Leonardo	BANDINELLI	Responsabile delle relazioni esterne di Confindustria Toscana, Firenze, ha varie esperienze di lavoro nella Pubblica amministrazione e ha seguito numerosi Corsi di formazione nel settore della comunicazione pubblica.
3. Francesca	BARONE	Laureata in Scienze Politiche, è iscritta al Corso di Laurea specialistica in Scienze delle Pubbliche amministrazioni (Comunicazione sociale ed istituzionale). Ha varie esperienze nel giornalismo e nella comunicazione.
4. Filippo	BELLI	Responsabile dell'Ufficio stampa del Comune di Certaldo. Giornalista pubblicista, ha lavorato come corrispondente de <i>La Nazione</i> e come addetto Ufficio stampa nel settore del teatro e degli eventi culturali.
5. Federico	BERTOLUCCI	Varie esperienze di collaborazione con giornali e riviste della Toscana, come <i>copy</i> presso studi pubblicitari di Firenze e come addetto all'Ufficio stampa dello studio grafico Ayamara co. di Siena.
6. Chiara	BRATTO	Addetto stampa e organizzazione di iniziative culturali presso l'Accademia dei Fisiocritici di Siena. Laureata in Scienze Politiche, ha una vasta esperienza lavorativa nell'amministrazione universitaria.
7. Simone	BROGIONI	Giornalista pubblicista, ha collaborato con varie testate giornalistiche. Esperienze nella organizzazione e promozione di eventi sportivi e culturali, nel lavoro degli Uffici stampa e nella realizzazione di siti Internet.
8. Maria	CAMMELLI	Laureata in Lettere Moderne. Giornalista pubblicista con esperienze diversificate nel settore degli Uffici stampa. Attualmente lavora presso l'Ufficio stampa e Comunicazione KU.RA, Rosi Fontana, Pisa.
9. Ester	CARDINALI	Laureata in Letteratura italiana, con varie esperienze nel settore della informazione e comunicazione. Attualmente collabora con l'Agenzia di stampa e comunicazione Impress di Siena.
10. Federica	DAMIANI	Laureanda in Giurisprudenza, giornalista pubblicista, ha lavorato in Uffici stampa pubblici e privati, nelle pubbliche relazioni e nel <i>marketing</i> . Ha seguito Corsi di comunicazione ed è stata docente sugli Uffici stampa per il Formez.
11. Elisabetta	DINETTI	Laureanda in Storia della Critica e Storiografia letteraria, con varie esperienze nel giornalismo radiofonico e nella realizzazione di siti di informazione. Collabora con l'Agenzia di stampa e comunicazione Impress di Siena.
12. Agnese	FRULLATORI	Laureata in Lingue e Letterature straniere con esperienza di addetto stampa per l'Italia di Euro American Medical Network. Attualmente lavora nell'ambito della comunicazione e dell'informazione di area sanitaria.
13. Samantha	FRUSI	Laureata in Storia del giornalismo - Facoltà di Scienze Politiche, con varie esperienze di collaborazione nella organizzazione di eventi e nel settore della informazione e comunicazione.
14. Maurizio	GORI	Giornalista pubblicista, con esperienze di addetto stampa (Gruppo Permafex e Sezione Polizia Giudiziaria - Procura della Repubblica di Firenze). Collabora con giornali, radio e Tv. Cura l'Ufficio stampa della Diocesi di Pistoia.
15. Linda	GRILLI	Giornalista pubblicista. Responsabile della redazione Web di <i>Interfree.it</i> , portale tecnologico del Gruppo CDC S.p.A.; Web Content Manager di <i>Prontconsumatore.it</i> ; addetto stampa di Lega Consumatori Acli Toscana.
16. Cristian	LAMORTE	Laureato in Storia del Giornalismo - Facoltà di Scienze Politiche, con varie esperienze nel settore della informazione e comunicazione. Attualmente collabora con l'Agenzia di stampa e comunicazione Impress di Siena.
17. Lorenzo	MAFFEI	Fotografo indipendente, cineoperatore, cameraman, esperto di grafica e nella gestione di sistemi operativi informatici. Ha collaborato con numerose testate giornalistiche e televisive.
18. Chiara	MARTINELLI	Laureata in Storia dell'Arte, ha collaborato con agenzie di stampa e Uffici stampa privati. Ha inoltre una più generale esperienza nel settore della informazione e comunicazione.
19. Francesca	MELANI	Laureata in Storia Contemporanea, giornalista pubblicista, corrispondente del <i>Corriere di Arezzo</i> , con varie esperienze di collaborazione nel settore dell'informazione pubblica.

20. Giovanni	PELLICCI	Laureato in Storia del Giornalismo-Facoltà di Scienze Politiche e laureando nella Laurea specialistica in Scienze Internazionali (Studi Europei). Giornalista pubblicista, lavora per l'Agenzia Freelance di Siena e il <i>Corriere di Maremma</i> .
21. Antonella	PERA	Coordinatore-Amministrativo-Socio-Culturale presso la Segreteria didattica dell'Istituto Musicale L. Boccherini di Lucca., nel quale ricopre anche il ruolo di addetto stampa e cura l'organizzazione degli eventi musicali.
22. Giovanna	POMA	Responsabile Ufficio Comunicazione e Stampa-Azienda Intesa Spa di Siena. Laureata in Lingua e Cultura italiana, ha seguito Corsi di comunicazione e Uffici stampa. Giornalista pubblicista, è stata redattore per giornali e Tv locali.
23. Vanessa	PRATI	Responsabile comunicazione di Cispel Confservizi Toscana. Laureata in Lingue e Letterature Straniere, è curatrice sito web e coordinatrice redazionale della rivista <i>NET</i> , economia dei servizi pubblici locali.
24. Cristina	SERAFINI	Laureata in Scienze della Comunicazione, ha collaborato con grandi aziende nel <i>marketing & communication</i> . Attualmente è responsabile comunicazione e Ufficio stampa di Events D. (organizzazione di eventi e turismo di élite).
25. Roberta	STASI	Laureata in Scienze della comunicazione. Ha seguito Corsi di formazione nel settore dell'informazione e comunicazione e ha lavorato presso l'Ufficio stampa del Policlinico "Le Scotte", Siena.
26. Lorenzo	TELLINI	Responsabile della Comunicazione di Promofirenze, Azienda della Camera di Commercio di Firenze per lo sviluppo economico della piccola e media impresa. Laureato in Giurisprudenza, ha seguito vari Corsi di comunicazione.
27. Fabrizio	VANNI	Addetto Stampa della Camera di Commercio di Firenze. Laureato in Lettere e Filosofia e in Scienze Politiche, giornalista pubblicista, collabora con riviste culturali e ha vaste esperienze nel settore della informazione e comunicazione.
28. Stefania	VITI	Laureata in Lingue e Letterature Orientali. Ha lavorato nel mondo della moda in Italia e in Giappone. Collabora con il quotidiano senese <i>Il Cittadino Oggi</i> , traduce per la Casa Editrice "Free Books" e svolge attività di interpretariato.

APPENDICE

Documento 3

Dalla Legge Mammì alla Legge Gasparri

A cura di Nicola Vasai*

* Laureato in Storia del Giornalismo presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Siena con una tesi intitolata "1954-2004: 50 anni di Tg. La storia del Telegiornale italiano e il caso di RTV 38 in Toscana".

Redattore di cronaca, politica e sport per l'emittente televisiva RTV 38-Odeon TV e collaboratore con l'emittente satellitare ANSA-Profit.

IL SISTEMA TELEVISIVO ITALIANO
DALLA LEGGE MAMMI' ALLA LEGGE GASPARRI

LA LEGGE 223/90

La situazione che si era venuta a creare nel panorama editoriale italiano durante gli anni '80 - con l'esplosione e la diffusione di nuovi *network* televisivi privati a copertura nazionale -, aveva fatto sorgere la necessità di un provvedimento legislativo specifico alla luce anche delle molte prese di posizione in materia da parte dei vari organi istituzionali.

Dopo un lungo "tira e molla" tra le forze politiche in gioco, la nuova legge di riordino del sistema fu approvata dal Parlamento italiano il **6 agosto del 1990**.

Ufficialmente si trattava della Legge numero 223/90, ma passò immediatamente alla storia come "Legge Mammi", dal nome del Ministro delle Poste che l'aveva presentata due anni prima .

Nel suo articolo 1 la legge riconosceva alla diffusione dei vari programmi televisivi il carattere preminente di *interesse generale*, a prescindere dal mezzo tecnico utilizzato per la loro realizzazione e dal fatto che a farlo fossero soggetti pubblici o privati. Le regole poste alla base del sistema erano la garanzia del pluralismo, dell'obiettività, della completezza e dell'imparzialità dell'informazione, dell'apertura a tutte le opinioni esistenti da un punto di vista politico, sociale e religioso; in definitiva del rispetto di tutti i diritti sanciti dalla Costituzione.

Lo Stato si riservava il diritto di "concedere" la possibilità di trasmissione attraverso una specifica autorizzazione ed inoltre affidava al Ministero delle Poste il compito di varare un piano delle frequenze da ripartire tra i vari soggetti. Infine istituiva un organo *super partes* per controllare il settore, il *Garante per la radiodiffusione e l'editoria*, sviluppo della figura istituita nel 1981 con una prima legge elaborata dallo stesso Oscar Mammi. La nomina del Garante era affidata al Presidente della Repubblica su indicazione dei due Presidenti delle Camere, e la sua carica durava tre anni.

La legge concedeva altresì la possibilità di trasmettere in "contemporanea", ovvero in diretta, anche alle emittenti private per un massimo di sei ore al giorno, salvo casi "eccezionali", ma al tempo stesso tali emittenti dovevano garantire la messa in onda quotidiana di un Telegiornale, nel nome dell'immediatezza del diritto di informazione.

Il Direttore delle testate giornalistiche televisive avrebbe avuto gli stessi diritti e gli stessi doveri di quelli della carta stampata, compreso l'obbligo di rettifica in caso di contestazione di un'affermazione.

In merito alla discussa questione legata all'*antitrust*, la Legge Mammi stabiliva la creazione di un sistema radiotelevisivo "misto" all'interno del quale nessun editore poteva avere in mano più di tre reti a diffusione nazionale, ed inoltre chi raggiungesse tale limite non avrebbe potuto essere contemporaneamente insediato alla guida di alcun quotidiano.

Altresì, chi era in possesso di due reti televisive poteva gestire un giornale che non superasse l'8% della tiratura nazionale annua, mentre a chi guidava una sola Tv era concesso di possedere al tempo stesso un quotidiano con tiratura fino al 16% del totale nazionale.

Nella legge si prendevano in considerazione non solo gli editori che si muovevano nel doppio settore periodico-televisivo, ma anche coloro che non si erano gettati nella grande corsa all'etere degli anni '70 ed avevano preferito restare legati alla carta stampata: per questi il limite massimo di gestione era fissato nel 20% della tiratura nazionale annua, la soglia del fatturato per tutti i *media* esistenti.

Per quanto riguarda la pubblicità, la Legge 223/90 stabiliva per la Rai un tetto massimo del 12% della programmazione oraria e del 4% di quella settimanale da destinare agli *spot*, mentre per la Fininvest i limiti erano del 18% per ogni ora e del 15% al giorno.

Infine precise norme erano stabilite per la salvaguardia dei bambini vietando la pubblicità all'interno delle trasmissioni da loro più seguite, rendendo impossibile la messa in onda dei film vietati ai minori di 18 anni e trasmettendo dopo le 22.30, ovvero oltre quella che fu definita "fascia protetta", le pellicole vietate ai minori di 14 anni.

Principali atti emessi dopo l'approvazione della Legge Mammi

26 marzo 1993, sentenza Corte Costituzionale n. 112: si tratta della prima di una lunga serie di sentenze varate dalla Corte Costituzionale sul sistema televisivo italiano all'indomani dell'emanazione della Legge Mammi.

La base della sentenza conferma l'obbligo di ottenere una "concessione" per avere possibilità di diffondere un segnale radiotelevisivo, sedando le molte polemiche sorte dopo l'emanazione della Legge 223/90.

La stessa sentenza, però, definiva legittimi tutti quei provvedimenti che - nel corso del lungo dibattito divampato in attesa dell'approvazione della legge -, avevano autorizzato la prosecuzione delle trasmissioni per moltissime emittenti italiane.

5 giugno 1993, nomina della Commissione “Maccanico”: il Presidente del Consiglio Carlo Azelio Ciampi, a pochi giorni dalla subentrata in carica, varò una specifica commissione incaricata di redigere una nuova legge di riordino del sistema televisivo, non ritenendo sufficiente a tale scopo la Legge Mammi. Tale commissione fu affidata al Sottosegretario alla Presidenza Antonio Maccanico.

Il gruppo di lavoro completò la sua opera in tempi estremamente rapidi, tanto che già all’inizio del 1994 avrebbe avuto la possibilità di presentarne i risultati davanti a deputati e senatori, ma l’agenda politica era occupata da altre discussioni e l’arrivo in aula del *dossier* fu più volte rinviato.

27 ottobre 1993, Legge n. 442/93: attuazione di un precedente Decreto emanato il 27 agosto dello stesso anno e centrato ancora sul problema delle licenze per la trasmissione.

Il provvedimento, in pratica, rilasciava la “concessione” per un periodo non superiore ai 3 anni a tutte le emittenti che avevano ottenuto dalla Legge Mammi la possibilità di proseguire le proprie trasmissioni.

10 dicembre 1993, Legge 515/93: è una delle leggi che hanno fatto la storia degli anni ‘90 in Italia, cioè quella che istituiva nel nostro paese la *par condicio*.

Si trattava di una disciplina completamente nuova per l’ordinamento giuridico italiano. Il fulcro del provvedimento era la comunicazione politica nel periodo immediatamente precedente alle elezioni, ovvero la campagna elettorale.

Il compito di controllo in questa delicata fase era affidato alla Commissione parlamentare per la vigilanza e l’indirizzo generale, nonché al Garante per l’editoria, ed inoltre nei 30 giorni precedenti le consultazioni era vietata sia la propaganda sui mezzi di informazione periodici, sia qualsiasi tipo di spot radiofonico e televisivo.

Nei 15 giorni precedenti, inoltre, era vietato rendere pubblici i risultati dei sondaggi demoscopici e quelli inerenti gli orientamenti politici.

30 dicembre 1993, Legge 558/93: provvedimento passato alla storia come *decreto salva Rai*.

La legge era finalizzata al risanamento economico dell’azienda televisiva di Stato, imponeva al CdA di stendere un piano triennale di ristrutturazione e le strategie per arrivare all’aumento di capitale.

5 dicembre 1994, sentenza Corte Costituzionale numero 420: la Suprema Corte dichiarava illegittimi tutti quegli articoli della Legge Mammi che avevano, di fatto, legalizzato la presenza di un gruppo privato “preminente” in

Italia, giudicando non sufficiente l'esistenza di un gruppo concessionario del servizio pubblico per controbilanciare la situazione.

La Corte dichiarava inoltre non legittima la possibilità di assegnare ad uno stesso editore la gestione di tre licenze di trasmissione a livello nazionale su nove rilasciabili complessivamente.

A causa di motivazioni puramente tecniche legate al mancato annullamento della scadenza delle concessioni rilasciate con la Legge del 27 ottobre 1993, ovvero l'agosto del 1996, gli effetti di questa sentenza furono però apprezzabili solo a distanza di quasi due anni dalla sua emanazione.

11 giugno 1995, referendum popolare sul sistema radiotelevisivo: gli italiani furono chiamati ad esprimersi su 12 quesiti richiesti da varie forze politiche, di questi ben 4 riguardavano il sistema radiotelevisivo.

In particolare il numero 5, votato su scheda arancione, promosso dalla Lega Nord e dal *leader* radicale Marco Pannella, mirava a chiedere la possibilità di far entrare capitali privati all'interno della Rai; il numero 10, scheda di colore verde scuro, se approvato avrebbe negato ad un privato la possibilità di gestire più di una licenza televisiva a livello nazionale; il numero 11, scheda marrone, era stato richiesto per vietare l'interruzione pubblicitaria di film e programmi televisivi; ed infine il numero 12, scheda color celeste marino, puntava a limitare la raccolta pubblicitaria per le emittenti televisive.

A parte il numero 5, gli altri tre referendum erano stati promossi dallo schieramento *progressista* e dalla sinistra del Partito Popolare per cercare di rivedere, attraverso una strada "alternativa", gran parte della Legge Mammì.

Il *quorum* del 50% +1 degli aventi diritto fu raggiunto, ma dei 4 referendum in esame solo quello sulla privatizzazione della Rai, all'interno dei limiti stabiliti dalla stessa Corte Costituzionale, ottenne il "sì" degli italiani, mentre vennero respinti i cambiamenti alla Legge numero 223/90, una scelta che costrinse anche il gruppo di lavoro guidato dall'onorevole Maccanico a rivedere il proprio disegno di legge.

Agosto 1996, scadenza del termine imposto dalla Legge 442 del 1993 per la legittimazione della situazione di trasmissione provvisoria: per evitare l'oscuramento di una rete Mediaset, il Governo approvò un Decreto che spostava in avanti di altri 12 mesi il limite, in attesa della discussione sulla Legge Maccanico.

Il gruppo Mediaset era nato da una scissione della Fininvest, la società creata da un personaggio nuovo del mondo dell'editoria italiana, Silvio Berlusconi, il quale partendo da una piccola emittente via cavo milanese alla fine degli anni '70, era riuscito nel giro di pochi anni a costruire un impero mediatico in grado di contendere il primato alla storica Rai.

“Telemilano”, questo il nome della Tv lombarda, aveva iniziato a trasmettere nell’etere grazie ad un ripetitore installato sul grattacielo Pirelli e in pochissimo tempo era riuscito ad incrementare notevolmente i suoi introiti pubblicitari, soprattutto sfruttando un tipo di programmazione che seguiva le linee guida tracciate dai grandi *network* statunitensi.

In assenza di una normativa nazionale che ne regolasse l’opera, giunta appunto con la legge Mammi, le Tv private italiane, e soprattutto la Fininvest, avevano avuto modo di svilupparsi e di ottenere i favori del pubblico che arrivò a vere e proprie manifestazioni di piazza quando i Pretori di Torino, Roma e Pescara ne oscurarono le trasmissioni dal 13 al 16 ottobre 1984.

La decisione della proprietà di scindere il settore televisivo dal resto del gruppo Fininvest, comprendente molte attività che andavano dal ramo delle assicurazioni alla grande distribuzione, avvenne dopo che Silvio Berlusconi era “entrato in politica” nella prima metà degli anni ‘90 ed era legata alla quotazione in borsa della società, avvenuta proprio all’inizio di quel 1996.

31 luglio 1997, approvazione della Legge numero 249/97: questo avrebbe dovuto essere il primo passo di una ampia legge di sistema pensata dalla Commissione per ridisegnare l’intero panorama televisivo italiano.

Il provvedimento, dopo la creazione del Ministero delle Comunicazioni, istituiva l’*Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e sulle norme del sistema radiotelevisivo*, una figura che ereditava gran parte delle competenze in precedenza nelle mani del Garante, e alla quale era affidato anche il compito di promozione di precise proposte.

Il disegno di legge che era approdato in aula, però, aveva un respiro ben più ampio e mirava alla riduzione del numero delle concessioni in mano ad un unico proprietario e al conseguente spostamento sul satellite di quelle reti che non avrebbero più avuto a disposizione la licenza per trasmettere. Di contro la Rai avrebbe dovuto trasformare una delle sue reti in televisione di “puro servizio pubblico”, ovvero senza pubblicità.

Il disegno di legge numero 1138, questo il numero che era stato assegnato alla proposta al momento del suo approdo in Parlamento, prevedeva anche una parziale privatizzazione della Rai con l’ingresso di quote minoritarie nella S.p.A., la messa a punto di nuovi sistemi per la nomina dei vertici della stessa azienda e la riorganizzazione della gestione della pubblicità.

Il dibattito su questi punti fu accesissimo, ma la Legge Maccanico, approvata il 31 luglio 1997 con il numero 249, stabiliva soltanto la data del 30 aprile 1998 come termine ultimo per la redazione del nuovo piano per le frequenze e il rilascio delle nuove concessioni. Inoltre, nel suo articolo 3 comma 7, sanciva che: “*L’Autorità, in relazione all’effettivo e congruo sviluppo dell’utenza dei programmi radiotelevisivi via satellite e via cavo, indica il termine entro il quale i programmi*

irradiati dalle emittenti di cui al comma 6 devono essere trasmessi esclusivamente via satellite o via cavo”.

23 gennaio 2001, Decreto Legge n. 5: dopo anni di discussione la legislatura si concluse senza l’approvazione delle restanti parti del disegno di legge 1138.

L’unico settore che fu regolamentato fu il passaggio al nuovo sistema di trasmissione digitale terrestre, la nuova frontiera della televisione italiana.

A questo proposito fu deciso, attraverso uno specifico Decreto Legge, che entro il 31 dicembre 2002 avrebbe dovuto vedere la luce il nuovo piano di assegnazione delle frequenze, mentre a quattro anni più tardi, ovvero al 31 dicembre 2006, era fissata la scadenza per lo storico passaggio alla nuova tecnologia.

23 luglio 2002, messaggio del Presidente della Repubblica: il Capo dello Stato, Carlo Azelio Ciampi, lanciò un messaggio chiaro ai due rami del Parlamento italiano per chiedere ufficialmente un maggiore pluralismo nel panorama televisivo e soprattutto una legge che disciplinasse il sistema dell’informazione.

20 novembre 2002, sentenza della Corte Costituzionale numero 466: il provvedimento giudicava “anticostituzionale” l’articolo 3 comma 7 della Legge Maccanico e richiedeva esplicitamente l’approvazione di un nuovo provvedimento.

Dopo la Legge del 1997 i giudici affermarono che: *“la situazione di ristrettezza delle frequenze disponibili (...) si è accentuata con effetti ulteriormente negativi sui principi del pluralismo e della concorrenza e con aggravamento delle concentrazioni”*.

A richiedere l’intervento della Corte Costituzionale era stato il TAR del Lazio dopo che l’emittente milanese “**Europa 7**”, nonostante nel 1997 avesse ottenuto la concessione per trasmettere a livello nazionale, non aveva avuto a disposizione le frequenze.

Per cercare di liberare quello spazio, quindi, la Suprema Corte aveva stabilito che a partire dal **1 gennaio 2004** una delle reti Mediaset, Retequattro, fosse spostata sul satellite e che su Rai 3 fosse bandita completamente la pubblicità.

1 aprile 2003, inizia l’iter parlamentare della Legge Gasparri: prendendo spunto dalla richiesta del Presidente della Repubblica e dalle esigenze di innovazione tecnologica del mercato, il Ministro delle Comunicazioni Maurizio Gasparri presentò alla Camera la prima bozza del suo disegno di legge che avrebbe sancito il passaggio ufficiale al sistema di trasmissione digitale terrestre e riorganizzato il settore a tredici anni dalla Legge Mammi.

Gli emendamenti proposti a quel primo disegno di legge furono quasi 700 e tra questi ce n'era anche uno, proposto dall'opposizione di centro sinistra ed approvato dall'aula, che andava a riscrivere completamente uno degli articoli base della bozza, il numero 15, quello che delineava le nuove norme antitrust.

Il 3 aprile la Camera approvò a scrutinio segreto il disegno di legge che tre mesi più tardi, l'8 luglio, giunse in Senato.

In questo caso gli emendamenti proposti furono quasi 5500 e ciò portò la discussione a protrarsi per oltre 18 giorni e a riscrivere ampi stralci della legge prima della sua approvazione finale. Le maggiori modifiche che furono apportate riguardavano la privatizzazione della Rai e il permesso di proseguire le trasmissioni attraverso il sistema analogico fino alla scadenza definitiva, ovvero il 1 dicembre 2006, per tutte le emittenti presenti nel panorama nazionale, compresa Retequattro che invece era da tempo soggetta al passaggio sul satellite dopo le varie sentenze della Corte Costituzionale.

Dopo le modifiche, il disegno di legge tornò nuovamente alla Camera per la terza lettura e poi ancora al Senato per la quarta.

Fu un braccio di ferro estenuante tra maggioranza ed opposizione che portò all'approvazione definitiva della Legge il **2 dicembre 2003**.

15 dicembre 2003, il Presidente della Repubblica rinvia alle Camere la legge: l'ultima parola su ogni provvedimento spetta sempre al Capo dello Stato e Carlo Azelio Ciampi ancora una volta interveniva sul complesso sistema televisivo italiano.

Attraverso la richiesta di un maggiore pluralismo, era stato lui a dare il "la" alla nuova legge, ma quella approvata dai due rami del Parlamento non lo convinceva, tanto da indurlo a non promulgarla.

Le motivazioni del "no" di Ciampi riguardavano innanzitutto il mancato rispetto dei tempi previsti dalla Corte Costituzionale, attraverso la citata sentenza numero 466 del 2002, per la chiusura del "regime transitorio", ovvero il limite del 31 dicembre 2003 per il trasferimento sul satellite di una delle tre reti Mediaset.

Inoltre l'articolo 25, terzo comma, attribuiva all'Autorità per le Comunicazioni dodici mesi di tempo (fino cioè al 31 dicembre 2004) per monitorare alcuni punti dello sviluppo tecnologico del paese verso le nuove tecnologie.

L'Autorità avrebbe dovuto osservare la quota di popolazione raggiunta dal segnale digitale terrestre, la presenza sul mercato di *decoder* a prezzi accessibili e l'offerta al pubblico sulle reti digitali di programmi diversi dalle reti analogiche.

Ciampi riteneva "*questo lasso di tempo, molto ampio rispetto alle presumibili occorrenze della verifica*" vedendo in tale passaggio, di fatto, "*una proroga del termine finale indicato dalla Corte Costituzionale*".

Lo stesso comma prevedeva che l’Autorità, entro trenta giorni dall’accertamento, inviasse al Governo e alle commissioni competenti una relazione inerente la verifica dell’effettivo ampliamento dell’offerta e del pluralismo apportato dal sistema digitale terrestre.

In caso di esito negativo di questa verifica, aveva fatto notare ancora Ciampi, però, la legge non aveva previsto provvedimenti precisi da intraprendere, creando una inevitabile falla.

Il Capo dello Stato, inoltre, fece riferimento anche ad altre parti della legge che a suo avviso non recepivano le indicazioni fornite negli anni dalla Corte Costituzionale.

In primo luogo il Presidente della Repubblica considerava “*tradita*” la sentenza numero 826 del 1988, che indicava come imperativa la necessità di garantire “*il massimo di pluralismo esterno, onde soddisfare, attraverso una pluralità di voci concorrenti, il diritto del cittadino all’informazione*”, così come la sentenza numero 420 del 1994, in cui la Consulta sottolineava la necessità di “*un’idonea disciplina che prevenga la formazione di posizioni dominanti*”.

La legge uscita dalla discussione parlamentare vietava ad un soggetto di avere in mano più del 20% del SIC, acronimo di *Sistema Integrato delle Comunicazioni*, ovvero un “paniere” all’interno del quale veniva inserito tutto l’universo editoriale italiano.

Secondo il Quirinale questo tetto non era sufficiente, a causa della sua ampia dimensione, a garantire l’*antitrust*: un singolo soggetto avrebbe così avuto la possibilità di conquistare una posizione dominante nel mercato.

Ciampi si occupò anche della questione legata alla raccolta pubblicitaria, che a suo avviso avrebbe potuto avvantaggiare il settore televisivo ai danni di quello della carta stampata. Il Capo dello Stato fece riferimento ad un’altra sentenza della Corte, la numero 231 del 1985, attraverso la quale veniva richiesto che fosse evitato il pericolo che “*la radiotelevisione, inaridendo una tradizionale fonte di finanziamento della libera stampa, rechi grave pregiudizio ad una libertà che la Costituzione fa oggetto di energica tutela*”.

L’ultimo appunto mosso dal Capo dello Stato al disegno di legge era legato ai riferimenti al decreto legislativo numero 198 inerente la realizzazione delle infrastrutture per le telecomunicazioni, un decreto che aveva già ricevuto una prima “bocciatura” da parte della stessa Corte Costituzionale.

23 dicembre 2003, approvazione del Decreto “salvareti”: dopo il rinvio alle Camere del disegno di legge redatto dal Ministro delle Comunicazioni Maurizio Gasparri, il Governo si trovava di nuovo di fronte al problema legato alla sentenza della Corte Costituzionale numero 466 del 2002: il provvedimento che da un lato imponeva a Mediaset la liberazione di parte delle frequenze in suo

possesso trasferendo sul satellite una delle sue emittenti, e dall'altro alla televisione pubblica di cancellare completamente la pubblicità da Rai 3.

Per salvare le due emittenti, il Governo approvò un provvedimento, conosciuto come “Decreto salvareti”, licenziato dal Senato il **28 gennaio** e dalla Camera il **16 febbraio** con voto di fiducia da parte dell'aula, che di fatto spostava ogni decisione in merito all'approvazione della nuova Legge Gasparri, rivista e corretta alla luce delle indicazioni poste dal Presidente della Repubblica.

LA LEGGE 112/2004

3 maggio 2004, pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale della Legge numero 112/2004 “Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della Rai-Radiotelevisione italiana S.p.A., nonché delega al Governo per l'emanazione del testo unico della radiotelevisione”: è questo l'ultimo atto del complesso *iter* di riorganizzazione del sistema editoriale italiano: la Legge Gasparri, nuovamente approvata dal Parlamento nell'aprile del 2004 dopo il ritorno in Commissione Lavori Pubblici e un nuovo braccio di ferro tra maggioranza ed opposizione durante la discussione sia alla Camera che al Senato.

In totale la legge consta di 29 articoli che vanno a riscrivere in generale tutto il panorama editoriale del nostro paese.

Il primo articolo del provvedimento stabilisce le finalità della legge e *“individua i principi generali che informano l'assetto del sistema radiotelevisivo nazionale, regionale e locale e lo adegua all'avvento della tecnologia digitale”*.

Nell'articolo 2, invece, il provvedimento chiarisce alcune definizioni che fungono da architrave per l'intero progetto: innanzitutto vi è la distinzione tra *“programmi televisivi”*, *“programmi radiofonici”* e *“programmi-dati”* (ovvero tutti i prodotti editoriali elettronici), inoltre vengono individuate le figure che saranno abilitate ad operare nel nuovo panorama radiotelevisivo: *“operatore di rete”* (soggetto titolare di una rete di comunicazione digitale ed elettronica su frequenze terrestri), *“fornitore di contenuti”* (produttore di programmi che poi verranno irradiati mediante un operatore di rete), e *“fornitore di servizi interattivi associati o di servizi di accesso condizionato”*.

Sempre il secondo articolo della legge individua e definisce, dopo una lunga serie di modifiche dovute ai vari passaggi tra le due Camere, il già citato *SIC*, ovvero il “paniere” che raccoglie le varie attività sulle quali calcolare l'antitrust.

Stampa quotidiana e periodica, editoria annuaristica ed elettronica (compreso il nascente mercato legato a Internet), radio, televisione, cinema,

pubblicità esterna, sponsorizzazioni ed altre iniziative legate alla comunicazione di prodotti e servizi intesa con un'accezione più ampia compongono il SIC è [l'analisi completa del paniere verrà offerta più avanti, con il riferimento specifico ad uno degli articoli più discussi dell'intero provvedimento, il numero 15].

Il terzo e il quarto articolo della Legge Gasparri ribadiscono tutti i principi fondanti del panorama radiotelevisivo ed editoriale nazionale.

Tra questi spiccano il pluralismo, la tutela della libertà di espressione, la completezza e l'imparzialità dell'informazione; mentre per quanto concerne le garanzie degli utenti, viene ribadita la possibilità di accesso per tutti e la rettifica in caso di avvenuta lesione.

Proprio basandosi sulla garanzia del pluralismo, il quinto articolo del provvedimento tutela la concorrenza del mercato radiotelevisivo e della pubblicità seguendo proprio il citato strumento della differenziazione dei titoli, ovvero delle diverse figure abilitate ad operare nel sistema (ovvero "operatore di rete", "fornitore di contenuti" e "fornitore di servizi interattivi associati o di servizi di accesso condizionato").

Ognuna di esse deve avere specifici titoli che consentano di operare e che non possono avere una durata inferiore ai 12 anni.

Un unico soggetto non può essere titolare, al tempo stesso, della concessione per fornire contenuti a livello nazionale e locale, ribadendo un concetto già sancito dalla Legge Mammì. Si tenga presente che in base all'articolo 2 della Legge Gasparri si intende per ambito locale "l'esercizio dell'attività di radiodiffusione televisiva in uno o più bacini, non superiori a sei, anche non limitrofi, purché con copertura inferiore al 50% della popolazione nazionale".

Ogni fornitore di contenuti in ambito locale non può irradiare nello stesso bacino più del 20% di programmi televisivi. Inoltre gli operatori di rete devono garantire parità di trattamento ai fornitori di contenuti e non effettuare discriminazioni in materia di qualità *trasmissiva* e condizioni di accesso; i fornitori di contenuti, invece, devono cedere i diritti di sfruttamento degli stessi alle diverse piattaforme, seguendo quelle che sono le condizioni stabilite dal mercato.

A tutti loro, comunque, è consentito effettuare collegamenti in diretta, una precisazione resasi indispensabile soprattutto recependo i molto problemi sorti su questo specifico punto prima della Legge Mammì.

La legge torna ad occuparsi dei tre soggetti autorizzati ad operare con gli articoli 11, 12 e 13 e lo fa per analizzare gli impianti delle frequenze.

Tutti coloro che fungono da fornitori di contenuti devono impegnarsi a favorire lo sviluppo della produzione audiovisiva europea e riservare alle

tematiche continentali uno specifico settore delle loro produzioni, mentre tutti gli impianti che verranno realizzati per sfruttare la nuova tecnologia digitale terrestre non dovranno creare problemi dal punto di vista dell'impatto ambientale, della salute dei cittadini o provocare interferenze con altre strutture.

Spetterà all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni adottare ed aggiornare il piano nazionale di assegnazione delle frequenze digitali garantendone l'efficienza e il pluralismo.

Importante è anche il lavoro svolto dai Comitati Regionali per le Comunicazioni, i *CoReCom*, soprattutto dopo che la stessa Autorità avrà stilato la loro nuova disciplina alla luce delle modifiche legislative apportate dalla stessa Legge Gasparri.

Le Regioni hanno anche potestà legislativa concorrente nell'ambito del loro territorio, per quello che concerne le emittenti a carattere regionale e provinciale, ovviamente nel rispetto dei principi fondanti della stessa Legge Gasparri.

Tornando all'articolo 6, e in particolare al secondo comma, conviene sottolineare che esso prende in considerazione tutti i principi-cardine dell'informazione radiotelevisiva: essa deve presentare in maniera veritiera i fatti, in modo da favorire la libera formazione delle opinioni, e lo deve fare attraverso la messa in onda di radiogiornali e Tg; inoltre deve essere garantito l'accesso a tutti i soggetti politici nelle trasmissioni a carattere informativo e di propaganda elettorale in condizioni di parità di trattamento e di imparzialità.

Per quanto riguarda le emittenti a diffusione nazionale, la legge stabilisce che sia l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni a stabilire ulteriori regole da seguire nella realizzazione di programmi di informazione e di propaganda.

Uno degli aspetti che la Legge Gasparri tratta con maggiore attenzione è quello dell'emittenza locale: il settore viene tutelato dal provvedimento e ad esso viene riservato un terzo della capacità totale di trasmissione, in base al piano di assegnazione delle frequenze.

Ogni operatore di radio o Tv locali non può avere in mano più di 3 concessioni all'interno dello stesso bacino regionale e più di 6 bacini regionali anche non limitrofi, ma all'interno di questi limiti è comunque consentita la programmazione unificata, mentre a livello pubblicitario la differenziazione dell'offerta è consentita per un quarto della programmazione giornaliera indipendentemente dai programmi che vengono messi in onda.

A proposito di pubblicità, la legge concede alle emittenti private la possibilità di innalzare il tetto massimo di affollamento dal 35 al 40%, comprendendo nel computo anche le televendite. Inoltre le Tv locali possono

aumentare il numero di “blocchi” pubblicitari inseriti all’interno di film, opere teatrali o musicali.

Per quanto riguarda le Pubbliche amministrazioni, invece, la Legge Gasparri impone loro di destinare alla comunicazione istituzionale radiofonica e televisiva almeno il 15% delle risorse che hanno a disposizione per il settore, mentre un altro 50% deve essere speso per quotidiani e periodici.

La vicenda della televisione italiana dei primi anni ‘80 presenta una lunga serie di emittenti televisive private che, per cercare di arrivare ad un’ampia copertura nazionale, avevano creato vari circuiti operanti attraverso l’“interconnessione”, nella maggior parte dei casi differenziando i propri palinsesti e dividendoli in fasce proprie e in fasce comuni con altre emittenti.

Ancora oggi molte emittenti televisive lavorano con lo stesso sistema, anche se non sono molti i circuiti che hanno saputo evolversi nel corso degli anni, e la legge va a trattare anche questo specifico settore.

Nell’articolo 8, infatti, l’“interconnessione” viene autorizzata fino ad un massimo di dodici ore giornaliere, qualora si tratti di un circuito “terrestre” o italiano, mentre nel caso di creazione di una rete con emittenti satellitari o straniere il limite scende a sei ore, lo stesso che è consentito in generale per il mondo della radiofonia.

Importante anche ricordare le ferree disposizioni esistenti in Italia per la tutela dei minori, sancite dal Codice di autoregolamentazione del novembre del 2002 e ricordate dall’articolo 10 della Legge 112/2004; come la Legge Mammi anche questa stabilisce specifiche misure da adottare nella programmazione dedicata ai più piccoli nella fascia oraria compresa dalle 16 alle 19.

Passiamo ora all’analisi di quello che è stato senza dubbio l’articolo della legge che ha suscitato le maggiori polemiche e che ha indotto anche il Presidente della Repubblica al primo rinvio del provvedimento alle Camere: l’articolo 15 dedicato alle norme antitrust.

Questo articolo delinea nello specifico i limiti del citato SIC: come già accennato, un fornitore di contenuti non può diffondere più del 20% dei programmi televisivi o radiofonici su base nazionale, ma soprattutto il *Sistema Integrato delle Comunicazioni* è costituito da un “paniere” complessivo dell’offerta editoriale italiana sul quale calcolare il tetto del 20% di ricavi al di sotto del quale si deve tenere ogni operatore.

Questi ricavi derivano “*dal canone pagato dai cittadini per il servizio radiotelevisivo pubblico, dalla pubblicità nazionale e locale, dalle sponsorizzazioni, dalle televendite, dalle attività di diffusione del prodotto realizzata al punto vendita con esclusione di azioni sui prezzi, da convenzioni con soggetti pubblici a carattere continuativo e da provvidenze pubbliche,*

da offerte televisive a pagamento, dagli abbonamenti e dalla vendita di quotidiani e periodici inclusi i prodotti librari e fonografici commercializzati in allegato, dalle agenzie di stampa a carattere nazionale, dall'editoria elettronica e annuaristica anche per il tramite di Internet e dalla utilizzazione delle opere cinematografiche nelle diverse forme di fruizione del pubblico”.

Dopo il rinvio alle Camere della legge da parte del Presidente della Repubblica, il “paniere” del SIC è stato alleggerito di vari punti come per esempio il settore librario, i ricavi derivati da pubbliche relazioni, agenzie di stampa, produzioni televisive e cinematografiche.

Inoltre per le imprese di telecomunicazioni che abbiano ricavi superiori al 40% del totale del loro specifico settore, come per esempio Telecom Italia, il tetto del SIC si abbassa al 10%.

Ancora l'articolo 15 della Legge Gasparri specifica che quegli editori televisivi che abbiano in mano più di una rete nazionale non possono, prima del 31 dicembre 2010, acquistare quotidiani. Inoltre vengono ridisegnati anche i limiti di affollamento pubblicitario per le grandi emittenti italiane.

Rispetto alla Legge Mammì, quindi, la novità maggiore risulta essere la completa abolizione dei divieti incrociati tra vari prodotti editoriali. Se da una parte gli editori televisivi non possono entrare nella carta stampata, viene aperta la strada per dare loro la possibilità di seguire la via della multimedialità.

Da una prima analisi del *Sistema Integrato delle Comunicazioni*, comunque, gli esperti hanno calcolato che questo, in totale, ammonti a circa 22-25 miliardi di Euro e proprio su questo punto si sono accese le maggiori polemiche levate dai critici della legge.

Nel sistema italiano, infatti, vi è un'anomalia riscontrata anche dai maggiori osservatori europei, ovvero quella legata al “*conflitto di interessi*” del Presidente del Consiglio che ha promosso la Legge Gasparri, ovvero proprio Silvio Berlusconi, a cui al tempo stesso fa capo il maggiore gruppo televisivo privato del paese.

Dopo il varo della nuova normativa e il lancio del “*Sistema Integrato delle Comunicazioni*”, che di fatto va a superare i limiti imposti dalla precedente Legge Maccanico, gli osservatori affermano che saranno i maggiori gruppi nazionali ad ottenere inevitabili vantaggi economici. E ciò perché il tetto del 20 % della raccolta pubblicitaria viene calcolato in un più vasto paniere di attività rispetto al limite del 30 % imposto appunto dalla Legge Maccanico ed ottenuto considerando soltanto l'ambito televisivo.

Teoricamente, quindi, tutti i grandi soggetti nazionali avranno lo spazio per incentivare il proprio processo di espansione acquisendo emittenti radiofoniche e gestendo la pubblicità dei circuiti di emittenti locali attraverso il sistema del “*traino*”, che analizzeremo tra breve.

Oltre ad introdurre il *SIC*, la Legge 112/2004 definisce la situazione legata alla concessionaria del servizio pubblico, la Rai, con la quale viene rinnovato il rapporto per altri 12 anni.

La Rai si impegna a garantire: la trasmissione di programmi su tutto il territorio nazionale con un numero adeguato di ore dedicato all'educazione, all'informazione e alla promozione culturale; l'accesso alla programmazione a tutti i partiti politici, i sindacati e le confessioni religiose; la distribuzione dei suoi programmi anche all'estero, la produzione di programmi dedicati alle minoranze linguistiche.

Nella vicenda della televisione italiana, in vari momenti si sono venute a creare tensioni attorno al Consiglio di Amministrazione della Rai, che hanno riguardato il numero dei componenti, la durata del mandato, la colorazione politica, ed è indubbio che si tratti di un argomento delicato.

La Legge Gasparri stabilisce che il CdA della Rai sia composto da 9 membri nominati, dal momento in cui si tratterà di una Società per Azioni "a tutti gli effetti", dall'assemblea dei soci; la durata in carica sarà di 3 anni ed ogni membro potrà essere rieleggibile una sola volta.

La scelta dei componenti del CdA deve cadere su quei soggetti che abbiano i requisiti per essere nominati giudice costituzionale, o comunque siano persone di riconosciuto prestigio e competenza professionale.

La nomina del Presidente del Consiglio di Amministrazione viene effettuata dalla stessa assemblea tra i suoi membri ma è soggetta al parere favorevole di due terzi della Commissione Parlamentare di Vigilanza.

Ad oggi, però, non è ancora andata in porto la privatizzazione della Rai e la legge stabilisce che questo tipo di disciplina entri in vigore dal momento in cui verranno cedute a privati almeno il 10% dei capitali dell'Azienda; fino ad allora sarà la Commissione Parlamentare di Vigilanza a nominare direttamente 7 consiglieri mentre i restanti due, tra cui anche il Presidente, verranno indicati dal Ministero dell'Economia.

La stessa procedura di privatizzazione della Rai, però, è praticamente "blindata" dalla legge, secondo cui sarà un'offerta pubblica di vendita a mettere sul mercato le quote dell'azienda da destinare ai privati, ma ognuno di loro non potrà avere in mano più dell'1% del capitale sociale. Sono inoltre vietati tutti i patti di sindacato che vadano a superare la soglia del 2% delle azioni. Fino al 31 dicembre 2005 la Rai non potrà cedere rami di azienda e il 75% dei proventi della privatizzazione dovranno essere destinati al Fondo per l'Ammortamento dei Titoli di Stato, mentre il restante 25% verrà reinvestito negli incentivi per la locazione o l'acquisto dei *decoder* per il sistema digitale terrestre.

Nella creazione del nuovo sistema di trasmissione digitale, alla Rai viene affidato un ruolo-guida garantendo comunque il mantenimento dei suoi tre canali anche in analogico fino al completamento della fase di sperimentazione.

È questo il punto di maggiore innovazione tecnologica della legge, quello che va a toccare appunto il sistema di trasmissione digitale terrestre, una frontiera tutta nuova per la televisione italiana a cinquanta anni dalla sua nascita ufficiale.

Innanzitutto l'articolo 22 della Legge Gasparri affida all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni il compito di definire il programma di attuazione del piano nazionale di assegnazione delle frequenze per il nuovo sistema di trasmissione.

Al punto successivo si stabilisce che fino a quando questo piano non sarà completato, tutti i soggetti, sia a carattere nazionale che locale, avranno la possibilità di sperimentare la nuova tecnologia anche attraverso la ripetizione simultanea dei programmi messi in onda in analogico.

Per poter avere la licenza di "operatore di rete" sarà necessario dimostrare di aver ottenuto la copertura di almeno il 50% del bacino locale di riferimento ed inoltre un operatore di rete locale può avere la possibilità di ottenere anche il titolo nazionale purché si impegni a raggiungere, entro 6 mesi dalla presentazione della domanda, una copertura pari alla metà del territorio italiano e alla contemporanea rinuncia al titolo locale.

L'articolo 24 si occupa del mondo della radiofonia e del regolamento che l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni deve emanare per garantirne lo sviluppo, mentre l'articolo 25 ha di fatto messo fine alla lunga *querelle* legata alla più volte citata sentenza della Corte Costituzionale numero 466 del 2002, quella che imponeva a Mediaset di liberare parte delle frequenze in suo possesso trasferendo sul satellite una delle sue emittenti.

La Legge Gasparri registra che a partire dal 31 dicembre 2003 sono state attivate una serie di reti televisive digitali terrestri con un'offerta accessibile a tutti tramite *decoder*. Ma anche sulla effettiva praticabilità di tale attivazione non mancano dissensi e polemiche.

Come già esposto nel disegno di legge, all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni è stato affidato il compito di monitorare la situazione al 30 aprile 2004 al fine di accertare l'attuazione di tre punti specifici: 1) la nuova tecnologia di trasmissione deve raggiungere almeno il 50% della popolazione; 2) il mercato nazionale deve offrire *decoder* per la ricezione a prezzi accessibili; 3) sulle reti digitali terrestri devono essere visibili anche programmi diversi da quelli offerti con la tecnologia analogica.

Il monitoraggio da parte dell'Autorità ha avuto esito positivo e quindi ogni operatore ha ora la possibilità, fino alla completa attuazione del piano delle frequenze, di trasmettere entro il limite massimo del 20% dei programmi, calcolato a livello nazionale considerando sia la tecnica analogica che digitale.

Se attraverso questo passaggio sarà garantito l'ampliamento delle offerte disponibili e del pluralismo, così come auspicato dalla Corte Costituzionale con

la sua storica sentenza, il periodo di validità delle concessioni e delle autorizzazioni alle trasmissioni nazionali in analogico è prolungato dal Ministero delle Comunicazioni fino al momento previsto dalla legge per il passaggio definitivo al sistema digitale terrestre, ovvero il 31 dicembre 2006.

Entro il 25 luglio 2005, termine ultimo per la presentazione della domanda da parte delle emittenti che trasmettono a livello nazionale e contemporaneamente anche attraverso la tecnologia digitale, viene data la possibilità agli operatori di rete locali di ottenere la licenza, a patto che dimostrino di aver ottenuto una copertura almeno pari al 20% del territorio “servito” in analogico. Inoltre, secondo la legge, tali operatori dovranno impegnarsi, entro 5 anni dal conseguimento della licenza, ad investire in infrastrutture almeno un milione di Euro per ogni bacino di diffusione. Nel computo verranno comunque anche considerati sia gli investimenti effettuati negli anni che vanno dal 2000 al 2002, sia i capitali spesi durante la sperimentazione.

L'importo minimo scende a 500.000 Euro per coloro che abbiano una licenza inferiore al bacino regionale e a 250.000 Euro per ogni licenza aggiuntiva alla prima per ulteriori bacini di diffusione in ambito regionale.

Gli ultimi articoli della Legge Gasparri servono a garantire la continuità di programmazione a tutte quelle emittenti che al momento dell'entrata in vigore della normativa siano nel panorama televisivo da almeno 10 anni, a patto che abbiano ottenuto la concessione e siano in possesso di altri requisiti prettamente tecnici.

L'ultimo articolo della legge abroga una serie di dispositivi emessi in precedenza tra i quali il più importante è il ritorno del “traino”. Ciò costituirebbe una possibilità di crescita in più per le emittenti locali, offerta dalle concessionarie pubblicitarie nazionali, sostanzialmente “*SIPRA*” e “*Publitalia*”. Non mancano però le critiche e gli allarmi per una accentuazione dell'anomalia legata al “*conflitto di interessi*”, dato che si potrebbe così correre il rischio di polarizzare il sistema attorno ad un numero limitato di emittenti, mettendo ancor più a rischio la concorrenza del settore e il pluralismo.

In merito alle Tv locali, la legge ha sostanzialmente accolto il pacchetto di proposte presentate dalle varie associazioni di categoria favorendo la sinergia tra più emittenti, ampliando da sei a dodici ore il limite massimo di interconnessione nazionale, tutte norme indispensabili per il passaggio nel nuovo panorama del *digitale terrestre*.