

GIORNALISTI IN FACOLTÀ

2000-2001

a cura di
DONATELLA CHERUBINI

COLLANA “STUDI E RICERCHE”

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE STORICHE GIURIDICHE POLITICHE SOCIALI
DI GIPS**

2002

Comitato direttivo: Mario Ascheri, Maurizio Cotta, Maurizio Degl'Innocenti

Impaginazione e redazione: Roberto Bartali, Silvio Pucci

Dipartimento di Scienze storiche, giuridiche, politiche e sociali
Via Mattioli, 10 - 53100, Siena
Tel. +39/0577/235295 | Fax +39/0577/235292
Web page: <http://www.unisi.it/digips>
e-mail: bartali@unisi.it | puccis@unisi.it

INDICE

INTRODUZIONE di Donatella Cherubini	5
ELENCO DELLE “INIZIATIVE SU TEMI SPECIFICI”	13
M. Di Gregorio (<i>Biblioteca Comunale degli Intronati, Siena</i>)	15
G. Tiberi (<i>La Nazione, Siena</i>)	25
D. Redaelli (<i>La Gazzetta dello Sport</i>)	27
R. Castelnuovo (<i>Farmacia TrentaTré</i>)	43
E. Zanchi (<i>Consiglio regionale toscano</i>)	57
M. Palocci (<i>Il Sole 24 ore</i>)	67
M. Tedeschini Lalli(<i>CNNItalia</i>)	77
M. Cammarata (<i>InterLex</i>)	91
LE DOMANDE DEGLI STUDENTI	105
SCHEDE BIOGRAFICHE	107
BIBLIOGRAFIA, FONTI IN RETE, FONTI GIURIDICHE DI RIFERIMENTO	113
APPENDICE	115

INTRODUZIONE

Questa pubblicazione raccoglie i testi delle conferenze tenute da giornalisti, “addetti ai lavori” dell’informazione ed esperti sul tema della stampa periodica, nell’ambito del Corso di Storia del giornalismo della Facoltà di Scienze Politiche dell’Università degli Studi di Siena, durante l’anno accademico 2000-2001.

Alla vigilia dell’attivazione di una laurea specialistica in *Comunicazione sociale e istituzionale*, si è inteso così dare un contributo al consolidato impegno delle Facoltà di Scienze Politiche per formare i futuri operatori del giornalismo e della comunicazione. Tutto ciò, tenendo ben presente come nel nostro paese da alcuni anni sia emersa l’esigenza di introdurre una vera e propria *laurea in giornalismo* al cui conferimento sembrerebbero deputati le Facoltà e i Corsi di Laurea in Scienze della comunicazione. A tale proposito il dibattito è ampio e articolato; innanzitutto vi sono coinvolti l’Ordine dei giornalisti e le Università¹ ed è comunque auspicabile una soluzione che lasci aperto ai laureati in Scienze Politiche un settore nel quale hanno tradizionalmente trovato uno sbocco lavorativo.

Proprio alla luce di tale tradizione, senza però dimenticare la rapida evoluzione delle tecnologie e le mutate caratteristiche nel mercato del lavoro, anche la Cattedra di Storia del giornalismo ha cercato di rispondere alle nuove esigenze degli studenti e di integrarsi con la fisionomia di una Facoltà in trasformazione. In tale impegno ha ottenuto il contributo finanziario dal Senato accademico dell’Università di Siena per le iniziative promosse all’interno dei suoi Corsi. Ha inoltre mantenuto una stretta collaborazione con il Dipartimento di Scienze storiche giuridiche politiche e sociali, che ora ospita il volume *Giornalisti in Facoltà* in una delle sue Collane editoriali.

La presenza di conferenzieri esterni è una caratteristica inaugurata fin dall’aprile 1998, quando il Corso di Storia del giornalismo ospitò Filippo Landi, allora inviato speciale del TG1 (e oggi corri-

¹ Per l’impatto della riforma universitaria in atto con questa tematica, cfr. per esempio L. Bosisio, C. Palazzi, *La professione volta pagina con i corsi nelle Università*, in *Tabloid*, a. XXXII, n. 4, aprile 2001.

spondente dal Cairo per la RAI), per una conferenza su: *Il ruolo degli inviati di guerra dopo la caduta del muro di Berlino*. L'iniziativa nasceva da una vicenda allora drammaticamente attuale, ovvero l'esplosione del conflitto interno alla ex-Jugoslavia di cui Landi era stato testimone diretto². Per dare una ulteriore testimonianza sul mutato ruolo assunto dai *mass media* nel nuovo contesto internazionale, e in generale nella società degli anni '90, venne offerta agli studenti anche la visione di un ciclo di film proiettati presso la Facoltà di Lettere³.

In seguito numerosi ospiti si sono avvicendati, come Ernesto Fedi, caporedattore del Giornale Radio 3 della RAI, che in due occasioni ha parlato rispettivamente del suo passaggio dalla carta stampata al giornalismo radiofonico, e poi delle caratteristiche tecniche del radiogiornale⁴. Anche la Presidenza di Facoltà aveva intanto sottolineato la rilevanza del "mestiere" di giornalista per i laureati in Scienze Politiche, con l'intervento di un autorevole personaggio come Giampaolo Pansa⁵.

La scelta di offrire ai circa 50 studenti frequentanti una serie di interventi esterni al Corso istituzionale – denominati nel complesso *Iniziative su temi specifici* – nasce da una ben precisa esigenza didattica e metodologica. Si tratta infatti di una integrazione alle lezioni cattedratiche e al lavoro di tipo seminariale organizzato per piccoli gruppi, che alla fine del Corso consenta di avere acquisito varie conoscenze e competenze.

Tema principale del Corso è la *Storia del giornalismo italiano dall'Unità ad oggi*. La parte introduttiva muove dalle origini delle gazzette e dei giornali eruditi, sottolineando l'affermarsi del principio della libertà di stampa con la Rivoluzione francese e con il primo emendamento alla Costituzione degli Stati Uniti d'America, fino al ruolo dell'informazione nel periodo napoleonico e nel Risorgimento. Il caso

² Cfr. F. Landi, I. Zajmi, *Un treno per Blace*, Molfetta, La Meridiana editrice, 1999.

³ Grazie alla collaborazione della Dottoressa Paola Caridi, i film scelti e poi proiettati furono: *Underground* (1995); *Lo sguardo di Ulisse* (1995); *Il carniere* (1996); *Benvenuti a Sarajevo* (1997); *La Seconda guerra civile americana* (1997); *Mad city* (1997); *Wag the dog* (1998).

⁴ Università degli Studi di Siena, Facoltà di Scienze politiche, Dipartimento di Scienze storiche, giuridiche, Politiche e sociali, Cattedra di Storia del giornalismo, Iniziative su temi specifici, *Da Siena a Radio Rai. Incontro con Ernesto Fedi, Capo-Redattore Giornale Radio 3*, giovedì 6 maggio 1999; Id., Iniziative su temi specifici, *Il radiogiornale, Incontro con Ernesto Fedi, Capo-Redattore Giornale Radio 3*, giovedì 18 maggio 2000.

⁵ *Scegliersi una professione: il giornalista*, incontro con G. Pansa, organizzato dalla Facoltà di Scienze Politiche presso l'Aula Magna del Rettorato, Università degli Studi di Siena, 26 gennaio 1998.

italiano viene affrontato sulla base di una serie di criteri analitici ed interpretativi applicati alle diverse fasi nella storia del paese: la ricostruzione della situazione socio-politica generale; l'evoluzione della normativa sulla stampa; le caratteristiche dei principali tipi di stampa periodica; l'evoluzione della professione e dell'azienda giornalistica; il rapporto tra potere economico, potere politico e opinione pubblica. Ampio spazio è inoltre riservato sia alle vicende del giornalismo internazionale (con riferimenti ai singoli paesi europei, al ruolo dell'informazione nell'Unione europea e alle vicende dei *mass media* americani), sia alla formazione culturale e professionale dei giornalisti in Italia e all'estero.

I lavori seminarii sono inizialmente dedicati al reperimento delle fonti nell'Internet, con una serie di esercitazioni nell'Aula informatica della Facoltà. Segue poi la formazione di gruppi di lavoro incentrati soprattutto sui *giornali come fonti della storia contemporanea*, con l'utilizzo di fonti periodiche reperite nelle Biblioteche cittadine, della provincia o di altre zone da cui alcuni studenti siano originari.

In tale contesto vanno dunque a collocarsi le *Iniziative su temi specifici*, a partire dalla terza settimana di lezioni del 2° semestre. Secondo una abitudine ormai consolidata, anche quest'anno si sono aperte con la visita rispettivamente all'emeroteca della Biblioteca Comunale degli Intronati – grazie alla disponibilità del Direttore Daniele Danesi – e alla sede senese del quotidiano *La Nazione* – grazie alla disponibilità del responsabile delle pagine cittadine, Gianni Tiberi.

Si tratta di occasioni preziose per verificare l'evolversi del giornalismo dal '700 ai giorni nostri, arricchite dal contributo professionale di bibliotecari come il responsabile del "Fondo periodici" Luciano Borghi e la sua collaboratrice Laura Ancilli, e di giornalisti come Pino Di Blasio, che ringrazio tutti anche per l'amichevole aiuto sul piano organizzativo. Un contributo, che è qui ulteriormente testimoniato dagli scritti di Mario De Gregorio e dello stesso Tiberi.

Da un lato, infatti, in biblioteca gli studenti hanno potuto passare in rassegna alcuni rilevanti esempi di giornali senesi, italiani e europei – a molti dei quali è stato poi fatto riferimento nel corso delle lezioni – cogliendo il mutare del linguaggio, dei contenuti, del formato, della grafica⁶. A dimostrazione dell'importanza di tutto il "Fondo periodici" per ricostruire la storia di Siena, il saggio qui pubblicato investe un ampio arco di tempo fornendo suggestive riflessioni sui caratteri di continuità e sulle trasformazioni della stampa periodica locale, e quindi sulla formazione di una opinione pubblica cittadina.

⁶ Cfr. Appendice, doc. n. 1.

D’altro lato, la visita alla redazione che realizza le pagine cittadine e provinciali di uno tra i più antichi quotidiani italiani ha consentito di assistere direttamente al modo in cui oggi si “fa un giornale”, con riferimento alle tecniche sempre più innovative, ma anche alla continuità nel “mestiere di cronista”⁷.

Passando poi alle visite dei *giornalisti in Facoltà*, gli incontri si sono incentrati su 3 tematiche specifiche: il *giornalismo settoriale*, gli *Uffici stampa degli organi istituzionali e delle pubbliche amministrazioni*; il *giornalismo on line*. Dopo una lezione di circa 40 minuti, gli invitati hanno generalmente potuto rispondere alle domande degli studenti, che talvolta si sono protorate ben al di là dei tempi prestabiliti. La ricchezza dei dibattiti finali – che testimoniano l’interesse suscitato dagli ospiti, ma anche l’oggettiva importanza di tali incontri all’interno di un Corso universitario – emerge da questa pubblicazione. Si è infatti scelto di lasciare pressoché immutati i testi registrati, sintetizzando le mie presentazioni che in parte sono riassorbite in questa introduzione, e allegando il *curriculum* professionale di ciascun ospite nella parte conclusiva. Le sbobinature sono state in parte curate da Michele Petrocelli – giornalista professionista laureato presso la nostra Facoltà e diplomato presso la Scuola di Giornalismo della Università LUISS di Roma – il quale già era stato il tramite degli incontri con Ernesto Fedi.

Nel caso del giornalismo settoriale si sono individuati due argomenti, quello *sportivo* e quello *scientifico*, che hanno richiamato un alto numero di studenti, non solo i frequentanti del Corso di Storia del giornalismo.

L’incontro con Daniele Redaelli, caporedattore della *Gazzetta dello Sport*, mi ha consentito di fare un breve riferimento al ruolo dell’informazione sportiva nel giornalismo italiano, mentre l’ospite ha descritto la propria formazione professionale, passando poi ad illustrare dettagliatamente il lavoro in redazione e fornendo una serie di dati sulla diffusione del suo giornale⁸. Le domande hanno poi spaziato dal rapporto tra giornalismo stampato e giornalismo *on line*, alle scelte operate nell’ambito della redazione, alle caratteristiche del linguaggio sportivo. Un ulteriore elemento di interesse è stato infine fornito dall’intervento di Riccardo Pratesi, che ha poi collaborato alla sbobinatura. Laureato nella nostra Facoltà e ora diplomato presso la Scuola di Giornalismo della Università LUISS, Pratesi è stato anche *stagista* presso la redazione guidata da Redaelli.

⁷ Cfr. Appendice, doc. n. 2.

⁸ Cfr. Appendice, doc. n. 3.

Con Rossella Castelnuovo, vicedirettore del periodico *Farmacia TrentaTré*⁹, si sono affrontati una serie di problemi particolarmente sentiti, come la questione della “mucca pazza” e quella degli alimenti geneticamente modificati (OGM), su cui gli studenti hanno ulteriormente richiamato l’attenzione con le loro domande finali. Anche in questo caso l’ospite ha esordito riferendosi alle proprie esperienze universitarie e giornalistiche, per poi trattare gli aspetti relativi al linguaggio scientifico, al cambiamento nelle esigenze dei lettori, alla necessità del costante aggiornamento professionale. Su questi ed altri temi, dopo l’incontro si è continuato a dibattere con due docenti presenti in aula, la Professoressa Paola Martelli, della Facoltà di Farmacia e il Professor Fabio Bernini della Facoltà di Scienze Matematiche Fisiche e Naturali. Due docenti con cui già da alcuni anni ho collaborato nel campo dell’orientamento e del tutorato, e che tanto mi hanno insegnato sulle possibilità di integrazione tra settore umanistico e settore scientifico nella ricerca, nella didattica, nella cultura.

Per il tema degli Uffici stampa negli organi istituzionali e nelle pubbliche amministrazioni, il primo ospite è stato Enrico Zanchi, responsabile del Servizio informazione e comunicazione del Consiglio regionale toscano. Si è trattato di un incontro che si è idealmente collegato a quello dell’anno precedente, tenuto con efficacia dallo stesso Zanchi nei giorni in cui il Parlamento approvava la nuova legge sulla *disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni*¹⁰. Proprio questa legge – la n.150/2000 – ha dunque rappresentato il fulcro del dibattito, dopo l’illustrazione sull’attività di un Ufficio stampa, sulle competenze richieste per chi vi opera e sul rapporto tra giornalismo e burocrazia. In particolare, tra le domande è emerso il tema dei possibili *stages* che gli studenti possono svolgere presso gli uffici addetti all’informazione degli enti locali e degli organi istituzionali.

Strettamente legato a questo tema è stato poi l’incontro con Marco Palocci, inviato del *Sole 24 ore* che ha al proprio attivo la guida e l’organizzazione dell’Ufficio stampa della Camera dei Deputati. Oltre ai riferimenti alla legge 150/2000 e alla descrizione di come ha proceduto nel suo lavoro, anche in questo caso l’ospite ha sottolineato la necessità di un chiaro rapporto tra i rappresentanti delle istituzioni e i giornalisti che si occupano dei loro canali di comunicazione. Infine ha direttamente illustrato il sito *web* relativo alla comunicazione istituzionale di Montecitorio, da lui stesso progettato¹¹, trovandosi così a rispondere a domande ad ampio raggio, dal rapporto tra politica e giornalismo all’uso delle nuove tecnologie nell’informazione.

⁹ Cfr. Appendice, doc. n. 4.

¹⁰ Cfr. Appendice, doc. n. 5.

¹¹ Cfr. Appendice, doc. n. 6.

Del resto, quest’ultimo tema anticipava l’argomento centrale delle due ultime conferenze. Con Mario Tedeschini Lalli – giornalista della *CNNitalia* e già più volte apprezzato ospite presso la Facoltà di Scienze Politiche dell’Università di Siena – sono emersi alcuni riferimenti “classici” alla formazione e alla deontologia professionale del giornalista, analizzati e rivisitati alla luce delle potenzialità insite nell’informazione *on line*¹². A tale proposito, l’ospite ha tra l’altro messo in luce l’evoluzione del rapporto tra dimensione locale, nazionale, e internazionale dell’informazione nell’era dell’Internet, auspicando una progressiva interazione tra le diverse figure professionali che vi sono coinvolte. A loro volta, gli studenti hanno posto quesiti sugli aspetti normativi e sulle prospettive future nella formazione degli operatori del settore.

Nell’incontro con Manlio Cammarata, fondatore e direttore di *InterLex*, rivista multimediale di diritto delle tecnologie dell’informazione, gli aspetti normativi si sono incentrati soprattutto sulla sentenza del Tribunale di Roma, in base alla quale proprio *InterLex* è stata la prima rivista *on line* registrata in Italia¹³. L’ospite ha illustrato le potenzialità, ma anche le numerose difficoltà di un settore dell’informazione che si è rapidamente sviluppato in anni recentissimi. Oltre alle domande degli studenti, l’incontro si è avvalso degli interventi di Riccardo Bruni, collaboratore della *Nazione* di Grosseto e laureato nella nostra Facoltà con una tesi sul giornalismo *on line*, e del Professor Bruno Fiorai, docente di Diritto del Lavoro della nostra Università.

I tanti temi affrontati nel corso degli incontri e spesso intrecciati tra di loro, i tanti quesiti posti dagli studenti, hanno ovviamente portato ad una serie di sovrapposizioni e ripetizioni, così come talvolta i giudizi di alcuni ospiti sulla realtà del giornalismo italiano risultano particolarmente severi e fortemente legati alla singola esperienza individuale. D’altra parte, solo lasciando libero spazio alle opinioni di ciascuno è stato possibile documentare una parte del dibattito che oggi investe il mondo dell’informazione. L’importante era garantire agli studenti una pluralità di voci diverse, unitamente alla possibilità di interloquire con gli ospiti, rimarcando quando necessario come ogni intervento andasse collocato in uno scenario nel quale sono presenti argomentazioni, posizioni e schieramenti differenziati. Inoltre si è volutamente evitato di omologare i contributi anche da un punto di vista semantico; in particolare, i riferimenti all’Internet, diversi nella grafia e nel significato per i vari ospiti, rendono ben evidente la fase di transizione ancora in corso, con le connesse difficoltà per un completo e definitivo recepimento delle nuove tecnologie applicate all’informazione.

¹² Cfr. Appendice, doc. n. 7.

¹³ Cfr. Appendice, doc. n. 8a/b.

Va infine ricordato come, sul piano didattico, scientifico e metodologico, tutti gli argomenti presentati nelle nostre *Iniziative* potrebbero essere ulteriormente arricchiti in ambito universitario, facendo ricorso ad una sempre più vasta e aggiornata bibliografia italiana e internazionale, ma anche coinvolgendo ambiti disciplinari eterogenei, di tipo sociologico, giuridico, politologico. Ma l'intento di queste *Iniziative* – e di questa pubblicazione – era e rimane un altro, come dimostra la limitata quantità di indicazioni bibliografiche e di note esplicative. Nel mio impegno didattico, ho avvertito l'esigenza di offrire agli studenti *almeno* una serie di riferimenti concreti alla professione di giornalista attraverso il contatto diretto con alcuni dei suoi protagonisti. Ciò a sua volta mi ha consentito di introdurre e delineare problematiche specifiche che si collocano al di fuori della mia competenza di *storico contemporaneista*. Esprimo quindi la mia gratitudine agli ospiti per la loro capacità di interagire con gli studenti, ma anche agli studenti per la loro partecipazione sempre numerosa e tale da favorire il dibattito sugli aspetti nevralgici dei temi affrontati.

Marzo-maggio 2001
INIZIATIVE SU TEMI SPECIFICI

- *I giornali come fonti della storia contemporanea*: visita all'Emeroteca della Biblioteca comunale degli Intronati (22 marzo, ore 12-14)
- *Il mestiere di cronista*: visita alla redazione senese della *Nazione* (29 marzo, ore 12-14)
- *Il giornalismo sportivo*: incontro con Daniele Redaelli, caporedattore della *Gazzetta dello Sport* (5 aprile, ore 12-14)
- *Il giornalismo scientifico*: incontro con Rossella Castelnuovo, vice-direttore di *Farmacia TrentaTré* (26 aprile, ore 12-14)
- *Gli uffici stampa delle pubbliche amministrazioni*: incontro con Enrico Zanchi, Servizio informazione e comunicazione del Consiglio regionale toscano (3 maggio, ore 12-14)
- *Il giornalismo on line e la tv*: incontro con Mario Tedeschini Lalli, *CNNitalia* (17 maggio, ore 12-14)
- *Giornalisti nella rete*: incontro con Manlio Cammarata, *InterLex* (24 maggio, ore 12-14)
- *L'ufficio stampa della Camera dei Deputati*: incontro con Marco Palocci, *Il Sole 24 ore* (29 maggio, ore 12-14)

Mario De Gregorio

**CITTÀ, CONSENSO, OPINIONE PUBBLICA
SPUNTI E RIFLESSIONI SUL “FONDO PERIODICI”
DELLA BIBLIOTECA COMUNALE
DEGLI INTRONATI DI SIENA**

Quando queste pagine vedranno la luce la Biblioteca Comunale degli Intronati di Siena avrà già messo in commercio, tramite la sua neonata casa editrice (la Giuseppe Ciaccheri editore), i primi CD-ROM di giornali senesi. L'istituzione si sarà in qualche modo volontariamente “espropriata” della propria, preziosa biblioteca periodica senese, a favore della possibilità di una consultazione multimediale diretta, diffusa e domiciliare da parte di utenti e ricercatori. La collezione, materialmente intesa, sottratta all'uso (e qualche volta certamente anche all'abuso), abdicherà definitivamente alle pressanti esigenze di restauro e manutenzione (da sempre oltremodo preoccupanti per ogni gestione bibliotecaria), ma resterà nella sua integrità, in qualche modo “smaterializzata”, a testimoniare il suo valore aggiunto non solo di *excursus* diacronico di esperienza giornalistica locale ma di storia di una città a tutto tondo a partire dalla seconda metà del secolo XVIII.

Non va dimenticato infatti che i giornali, nonostante tutto, “sono” la città. Almeno nella loro dimensione storica. La loro nascita, il loro venir meno, il loro vivere, al di là delle odierne strategie industriali di concentrazione editoriale (già messe in discussione nell'ultimo decennio dal progressivo prendere piede di Internet e della “nuova editoria”), sono comunque i segni inequivocabili di un ambito localmente circoscritto che si muove, che esce dai confini urbani, che guarda al mondo, riflettendolo e riproducendolo nelle pagine. Anche per questo se si vuole davvero conoscere una città nella sua dimensione storica più articolata si deve guardare alla sua produzione giornalistica, alle sfumature di periodici e quotidiani spesso su posizioni politiche e di costume avverse ma pubblicati nello stesso luogo e coltivati nello stesso *humus*, alle cronache concise, a volte crudeli, distaccate, o ai “tagli” ampi, distesi, compiaciuti e agli editoriali non sempre dedicati alla situazione nazionale ed internazionale e, in questo caso, sempre con un occhio rivolto alla dimensione locale. Si può davvero “leggere” insomma “scientificamente” e a tutto tondo una città attraverso un “suo” giornale. Si pensi a quanto, non molti anni fa, ha fatto uno storico come Valerio Castronovo con *La Stampa* e Torino. Usando il gior-

nale, quel giornale, come uno di quei “registri di bottega» in mano a Marino Berengo per ricostruire la Milano editoriale degli anni a cavallo della Restaurazione.

Con questo vorrei dimostrare insomma di quanto resti convinto che, a ben vedere, al di là della moderna globalizzazione dell'informazione (starei per dire, meglio, di una globalizzazione nata in effetti sulla globalizzante dimensione dell'informazione), i giornali italiani nel loro affermarsi storico, almeno fino agli anni Ottanta del secolo scorso siano stati nella sostanza un impegno più o meno riuscito di una serie di persone che, a titolo proprio o per conto di altri, hanno organizzato consenso, cultura, orientamenti, costumi, simpatie, indifferenze, entusiasmi e quant'altro. Un aspetto “umano” dell'informazione su cui oggi non si riflette abbastanza ma che è vero da sempre. Almeno – e il “Fondo periodici” della Comunale di Siena ne offre esempi significativi – da quando i lunari del Settecento, 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 di fatto 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. Da quando insomma qualche previsione astrologica, certo compatibile con un contesto di formazione cristiana, va ad affiancare le elementari informazioni astronomiche.

Da qui la fabbrica periodica del consenso non può che perfezionarsi: l'almanacco sei-settecentesco, lo strumento più diffuso di approccio di cultura media e popolare all'informazione – in qualche misura diffuso anche oggi, sia pure con contenuti diversi – arricchisce 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”, cioè dalla capacità di alcuni “intellettuali” (mi si passi il termine troppo moderno e, in fondo, troppo generico) sempre meglio identificabili e esaminabili, di organizzare l'informazione, di selezionare le notizie, di orientare il lettore, anche quello non alfabetizzato. Siamo di fronte – a pensarci bene – al primo passo della “professionalizzazione” dell'informazione.

Anche per questo aspetto una raccolta come quella della Comunale di Siena rappresenta un *unicum*: c'è la possibilità al suo interno di una lettura “sincronica” di episodi e personaggi, ma anche “diacronica”, che riesce a tagliare cioè in verticale un intero gruppo di secoli portando alla luce lo spaccato di un'evoluzione cittadina e i modi di formazione dell'opinione pubblica locale, scoprendo anche figure e testimoni delle forme originali del giornalismo.

En passant due esempi per tutti, limitandomi a materiale a stampa: il lunario *La scorta de' pianeti*, del 1667, e il *Diario sanese* di

Giovanni Battista Bartali, pubblicato fra il 1697 e il 1699, esempio di un'informazione popolare organizzata, calendaristica e diaristica, che oltretutto troverà a Siena nel secolo successivo, su una linea ancora in gran parte manoscritta – com'è stato per un lungo tratto nella cultura senese postrepubblicana, continuatori illustri.

Pensiamo in questo caso per un attimo ad un esponente illustre dell'erudizione senese settecentesca come Giovanni Antonio Pecci, che per gran parte della sua vita compilerà un diario manoscritto (pubblicato solo di recente) dal titolo significativo: *Giornale senese*. La scelta del titolo è solo un caso? Solo un'involontaria allusione? Si tratta in realtà di una cronaca forse ripetitiva, senza particolari annotazioni per una Siena votata comunque a lunghi periodi di silenzio, ma fatta doviziosamente, in giorno per giorno, anno dopo anno, di una realtà cittadina e di una scansione cronologica quasi rituale. C'è da chiedersi allora, al di là di trascurabili questioni onomastiche, cosa sia davvero la scansione ceremoniale dell'anno, di tutto l'anno, di tutti gli anni, se non la riaffermazione di un'identità, tanto specifica da stabilire una diversità. E diversità rispetto a cosa? La risposta è semplice: ai pericoli della perdita della stessa identità di una città. Questo è chiarissimo in Pecci (come d'altro canto negli altri diaristi locali fra Sette e Ottocento) e nella sua volontà di annotare con acribia le vicende di una cronaca minore e ripetitiva, ma anche prodotto e generatrice di consenso, prefigurazione di un pubblico.

Insomma memoria come identità. Ma anche diari (e giornali) come marcatori privilegiati di un'identità cittadina. E ancora, tanto per rientrare dalla digressione: diari pubblici e giornali nel secolo XVIII, dimensioni semipubbliche e pubbliche della scrittura periodica; un percorso di ricerca che andrebbe approfondito e che mi sentirei di suggerire per qualche seminario di Storia del giornalismo, anche per tentare di definire le linee maestre lungo cui si muoverà un aspetto caratterizzante del giornalismo settecentesco, quello erudito dei giornali letterari.

Anche qui la raccolta della Comunale introduce al nocciolo duro del problema, all'evoluzione di uno strumento come il *Giornale letterario di Siena*, nato già in un clima di avanzata maturazione della proposta periodica erudita, ma affiancato alla presenza (originaria proprio perché legata alla prima donazione formativa della Biblioteca Comunale, quella dell'arcidiacono Sallustio Bandini) dei tradizionali *Journal des Savants* e dei giornali letterari di Firenze, di Venezia, di Pisa, di Modena, di Lipsia e di altre località del nord Europa. Il processo è quantomai evidente: la comunicazione erudita e l'organizzazione di un ceto intellettuale comune, cosmopolita, a partire dalle segnalazioni librerie (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, anche questi, tentativi per il coagulo di un’opinione pubblica dotta, inviti a schierarsi su grandi questioni di vita culturale e civile. Insomma il sogno della “république des lettres” a puntate. Questo, in una formula alquanto abbreviata, il percorso lungo dei giornali eruditi. Pensiamo qui – solo per inciso – al lombardo *Il Caffè* o, per assonanza, ad un periodico, senese anche questo, come gli *Atti dell’Accademia dei Fisiocritici*, che nasce nel 1761 con un numero monograficamente e coraggiosamente dedicato all’innesto del vaiolo arabo. Pratica condannata dai teologi dell’Università di Parigi ancora alla fine del Settecento.

Ma la formazione del consenso, dell’opinione pubblica attraverso la stampa (concetto che avrà pieno dispiegamento nella politica del dispotismo illuminato settecentesco) non risiede certo solo nei recinti, in questo caso angusti, del secolo XVIII e della proposta dei “lumi”: senza voler fare qui un sommario e certo troppo veloce excursus sulle vicende del giornalismo senese fra tre secoli, va ricordato come la stabilità imposta e occhiuta della Restaurazione non possa non lasciare qualche margine all’esercizio di un giornalismo spesso precario, dai toni dimessi, non gridato, ma nella sostanza letterariamente e scientificamente in dissenso. Vanno viste in questo senso le esperienze senesi, fra gli altri, dell’*Indicatore* e – si guardi al titolo – dell’*Ora di lettura per la plebe*. Così come va certamente “letta” nel senso di partecipazione e strategia di consenso l’esperienza quarantottina de *Il Popolo*, prova di giornalismo esplicito, questa volta decisamente “contro”, uscita fra il 1847 e il 1849 e sottoposta alla censura e agli agguati sempre violenti dell’insopportanza del potere verso tutto quanto presuppone almeno una capacità di domanda e di dibattito.

Ma è certo la presenza nei fondi della Comunale della Siena periodica postunitaria a mettere pesantemente sul piatto della bilancia la vera consistenza del giornalismo senese, a sedimentare insomma, sulla base di un conflitto sociale non sempre dissimulato tra padronato agrario e nuove istanze democratiche e socialiste, quel documentato primato di presenze pubblicistiche a livello nazionale che configura una base su cui muoverà anche – il paragone non sembra azzardato – la “differenza” e la specificità della situazione cittadina di questi anni.

C’è da chiedersi infatti cosa ci sia dietro l’attuale centralità, in una piccola città come Siena, del giornalismo quotidiano, aumentata a dismisura a metà degli anni ’80, quando la tradizionale egemonia de *La Nazione* è stata di fatto messa in crisi dall’apparire del *Corriere di Siena*. Certo l’impatto di una visione imprenditoriale che da un paio di decenni guarda al giornalismo locale in termini di investimento produttivo e sicuramente il passaggio ad un tipo di giornalismo diverso che, allontanandosi dall’impostazione dichiaratamente di “denuncia”

del decennio precedente, privilegia adesso la “spettacolarizzazione” dell’informazione, il gossip, l’individualizzazione (la notizia da dove vivi, che ti è vicina, ti sfiora o, addirittura, ti riguarda). Ma – va sottolineato – c’è anche una tradizione consistente, civile e tutta senese, di un giornalismo periodico di lunga lena, testimoniata appieno da una raccolta come quella della Biblioteca Comunale e incentivata da tutta una serie di istanze associative (Contrade, volontariato), culturali (accademie, università, istituti di ricerca a vario titolo), istituzionali, sportive, politiche, scientifiche ecc.

Un quadro, quello della Siena postunitaria, addirittura tanto affollato di presenze giornalistiche da porre interrogativi di fondo sulla reale dimensione e consistenza di queste esperienze. Secondo una ricerca in verità non molto recente, fra il 1860 e il 1893 vengono pubblicati a Siena un centinaio di periodici. La scomposizione del dato, già di per sé sorprendente perché per difetto, porta a risultati ancora più clamorosi: nel 1887, nel rapporto fra abitanti e numero di periodici, Siena sarebbe al secondo posto (1/1680) dopo Roma (1/1267) e prima di Milano (1/1871), di Firenze (1/2224) e di Torino (1/2408) in un’ideale classifica nazionale.

Tenendo conto dei soli tredici periodici risultanti da un’inchiesta “ufficiale” sulla stampa periodica italiana, condotta fra il 1872 e il 1873, c’è da rimanere oltremodo sorpresi, tanto più se si considera lo scarso sviluppo dell’imprenditoria editoriale cittadina nella prima parte dell’Ottocento (in netta caduta rispetto all’ultimo ventiquinquennio del secolo precedente, quando l’industria della stampa era sostenuta dai finanziamenti granducali), il solo recente ricorso all’innovazione tecnologica nel settore editoriale e la precaria situazione aziendale postunitaria, ma soprattutto i venticinque mila abitanti di Siena attestati per gran parte del secolo e i preoccupanti indici di alfabetizzazione rilevabili in città. Come ho già ricordato in altra sede infatti, al censimento del 1861 viene registrato a Siena un 43% di analfabeti; la legge Casati (1859), che prescrive almeno due anni di istruzione obbligatoria, risulta a livello cittadino largamente inapplicata, né verrà supplita in seguito in maniera sufficiente dalla legge comunale e provinciale del 1865, che affida direttamente ai Comuni l’istruzione elementare. Tant’è che al censimento del 1871 la percentuale di analfabeti su base comunale risulta pressoché identica su una popolazione di ventitremila abitanti, destinati a salire, Comune delle Masse compreso, a 25.336 nel 1881 e a 27.306 nel 1901, lasciando comunque Siena al penultimo posto fra le città della Toscana e con un tasso di analfabetismo sostanzialmente immutato.

La domanda da porsi e il percorso di ricerca da impostare sono in questo caso chiarissimi: chi sono i lettori di tutta la produzione periodica e giornalistica pubblicata a Siena nel secondo Ottocento?

Quanta parte di opinione pubblica organizzavano i giornali senesi postunitari? Tanto più che le statistiche sopra citate – parlo sulla base della mia esperienza – sono abbastanza inaffidabili per difetto. Uno studio sulle tirature di questi organi di stampa aiuterebbe certamente a capire meglio chi sono i destinatari di una produzione periodica così consistente. I dati – mi sento di avvertire – andrebbero poi comparati con l'effettivo riflesso sulla stampa cittadina dello scontro fra gruppi conservatori, progressisti e radicali. Tenendo conto anche, però, di un'altra serie di dati strutturali : l'accesso al voto – come ho già ricordato in altra occasione – si presenta infatti nel periodo limitato ad una ristretta élite di proprietari alfabetizzati e, degli aventi diritto, la percentuale che accede effettivamente alle urne è scarsissima: il 21% alle elezioni politiche ed amministrative successive al plebiscito del 1860, il 25% nel 1862, il 23% l'anno successivo e soltanto il 47% nel 1865, anno di emanazione di quella nuova legge comunale e provinciale che ampliava in maniera sostanziale la capacità elettorale dei regnicoli. Ma, nonostante questo, le percentuali restano sostanzialmente irrilevanti: nelle elezioni dell'aprile 1890 su oltre sedicimila iscritti nelle liste elettorali, si recano alle urne meno di seimila cittadini senesi.

Un altro percorso di ricerca particolarmente stimolante – vorrei infatti che questo mio disordinato intervento fosse inteso soltanto come sommaria indicazione di qualche minima traccia per futuri argomenti di ricerca e di approfondimento – credo risieda nella considerazione, mai valutata appieno, della presenza della pubblicistica periodica di parte cattolica nella realtà postunitaria senese. Il confronto, a volte veramente aspro, tra gruppi cattolici e laici, tra clericali e massoni, incrocia in realtà tutto il discorso politico senese per un lunghissimo periodo di tempo a partire dagli anni '60 dell'Ottocento, almeno dal mancato completamento del processo di unificazione nazionale e dall'ancora irrisolta questione della Santa Sede fino alla nuova strategia di alleanza tra Chiesa e Stato maturata durante il fascismo, dando vita ad una pubblicistica corposa, non precaria e occasionale e innervata da una vistosa tendenza generale che vede, a livello nazionale nel decisivo decennio 1860-1870 – come d'altra parte attestato da tutta una serie di studi –, una sorta di “primato” quantitativo della pubblicistica periodica cattolica.

Alcune ricerche locali hanno già preso in esame alcuni strumenti importanti di questo giornalismo cattolico senese (*L'Indicatore senese*, *La Posta di Siena*, *Il Messaggere della settimana*, *Il Popolo*), ma certo è immediatamente comprensibile come sia necessario aprire il campo a prospettive più ampie e ad una riconsiderazione complessiva di un fenomeno che in quegli anni ha gettato le basi per una continuità di carattere più che significativo, incentivata da un'editoria militante che

ha scritto di fatto una buona parte della storia tipografica senese nell'arco di due secoli. Tanto più che l'evoluzione del giornalismo cattolico nazionale trova riscontri ben precisi nel decennio successivo a Porta Pia, quando la riorganizzazione del mondo cattolico, l'attività dell'Opera dei Congressi, l'affermarsi dirompente della questione sociale, segnarono in modo marcato il passaggio dei tradizionali strumenti periodici a carattere religioso-devozionale verso approdi più complessi di stabilizzazione e adeguamento degli schemi culturali dei lettori cattolici.

Anni decisivi, anche perché, al di là dello scontro ideologico in atto, nell'ultimo ventennio del secolo diciannovesimo matura finalmente in Italia la nascita di una vera e propria industria culturale, destinata sostanzialmente a prendere forma su due ordini di ragioni fondamentali: sull'appropriazione progressiva da parte della cultura italiana dell'evoluzione tecnologica nel campo dell'editoria e sull'elaborazione delle prime, specifiche forme di comunicazione moderna da parte del sistema produttivo. Pensiamo solo, ad esempio, quanto grumo di cambiamenti portino con loro eventi come l'Esposizione Nazionale di Milano del maggio 1881 con tutto il suo carico di impatto pubblicitario nei confronti dei *media* di allora, e come la nascita della Società Italiana Autori ed Editori (SIAE) nel 1882 con il suo riclassificare, su basi – starei per dire – “contemporanee”, le figure del soggetto editoriale e quelle dell'imprenditoria legata all'editoria e ai mezzi d'informazione.

Come si vede, una serie di piste di ricerca ampie e diversificate rispetto a campi di interesse molteplici: la storia della tecnica, quella dell'editoria, quella politica, sociale, psicologica e via dicendo. Prospettive di studio che una volta considerata – almeno per certi versi – esaurita l'analisi del giornalismo senese negli anni del fascismo, possono essere rintracciate anche in una serie di ricerche che potrebbero ancora essere messe in campo relativamente alle esperienze giornalistiche senesi dei decisivi anni Cinquanta e Sessanta, quando il lungo confronto fra linee opposte di approccio politico-sociale alla città diviene in qualche misura più aspro e radicale, connotato da ideologismi e rigidità che riescono ad assorbire in maniera netta e divaricante tutto quello che era il viluppo delle istanze pubblicistiche precedenti.

Resto convinto comunque che solo partendo dalla considerazione della specificità della situazione attuale e da un confronto sulle articolazioni di questa corposa presenza giornalistica e pubblicistica in genere si possano individuare con esattezza i contorni di interventi precisi su cui incentrare nuove ricerche. C'è da augurarsi che venga raccolto quanto è già sul campo di ipotesi e di possibilità di approfondimento.

Bibliografia

Per una bibliografia sul giornalismo senese, un *excursus* in M. De Gregorio, *Giornalismo senese tra bibliografia e ricerca*, in *Dal villaggio al villaggio. Il giornalismo a Siena dalle origini alla rete. Atti della giornata di studi. Siena 23 ottobre 1999*, Siena 2001. Tutto il volume comunque fornisce abbondanti riferimenti bibliografici su quanto affrontato in questo breve saggio. Saggi su editoria e giornali senesi anche in *Storia di Siena*, a c. di R. Barzanti, G. Catoni, M. De Gregorio, 3 voll., Siena 1995-1997. Sulla formazione dell'opinione pubblica nel secolo XVIII, con ampi riferimenti a Siena, il recente S. Landi, *Il governo delle opinioni. Censura e formazione del consenso nella Toscana del Settecento*, Bologna 2001.

Sui rapporti fra città e giornali in Italia rinvio per ragioni di brevità solo a quanto citato nel testo: V. Castronovo, *La Stampa (1867-1925). Un'idea di democrazia liberale*, Milano 1987; M. Berengo, *Intellettuali e librai nella Milano della Restaurazione*, Torino 1980.

Sui problemi della globalizzazione dell'informazione è impossibile indicare contributi; mi limito in questa occasione ad una citazione per quello che concerne un aspetto particolare e vicino all'argomento come l'editoria elettronica: B. Longo, *La nuova editoria. Mercato, strumenti e linguaggi del libro in Internet*, Milano 2001.

Sul *colportage* e gli inizi della commercializzazione libraria almeno il classico L. Fontaine, *Histoire du colportage en Europe. XV^e-XIX^e siècle*, Paris 1993. Sull'evoluzione della stampa periodica italiana preunitaria non si può fare a meno di citare V. Castronovo-G. Tranfaglia, *Storia della stampa italiana*, I: *La stampa italiana dal Cinquecento all'Ottocento*, Bari 1976 (in part. il saggio di G. Ricuperati, *Giornali e società nell'Italia dell'Ancien Régime*, pp. 71-372). Ricchi di informazioni anche U. Bellocchi, *Storia del giornalismo italiano*, Bologna 1974, e *Periodici italiani d'antico regime*, Roma 1986.

Sui giornali letterari almeno B. Crucitti-Ulrich, *La Bibliothèque italique. Cultura italianizzante e giornalismo letterario*, Milano-Napoli 1974. Sull'esperienza senese dei giornali letterari R. Pasta, *Il "Giornale letterario" di Siena (1776-1777) ed i suoi compilatori*, "Rassegna storica toscana", 24 (1978), n. 1, pp. 93-135.

Sugli almanacchi, oltre al classico G. Bollème, *Les almanacs populaires au XVII^e XVIII^e siècle* (Paris 1969), M. Cuaz, *Almanacchi e "cultura media" nell'Italia del Settecento*, "Studi storici", 25 (1984), n. 2, pp.

353-361; L. Braida, *Le guide del tempo. Produzione, contenuti e forme degli almanacchi piemontesi nel Settecento*, Torino 1989; G. Solari, *Almanacchi, lunari e calendari toscani tra Settecento e Ottocento*, Milano 1989; C. Bastianoni, *Moderatismo e stampa popolare a Siena nella prima metà dell'Ottocento: gli almanacchi*, «Bullettino senese di storia patria», 84-85 (1977-1978), pp. 188-211. Sulle gazzette V. Castronovo, *I primi sviluppi della stampa periodica fra Cinque e Settecento*, in *La stampa italiana dal Cinquecento all'Ottocento* cit., pp. 1-66. Sulla persistenza della tradizione manoscritta a Siena per un ampio arco di tempo M. De Gregorio, *La Balia al torchio. Stampatori e aziende tipografiche a Siena dopo la repubblica*, Siena 1991.

Sulla stampa senese del primo Ottocento in C. Bastianoni, *Giornali e giornalisti senesi nella prima metà dell'800*, in *La stampa democratica e operaia a Siena nell'Ottocento*, Siena 1987, pp. 52-67. Sul variegato mondo del giornalismo senese postunitario vanno consultati i molti lavori di Bruna Talluri; un elencazione in M. De Gregorio, *Giornalismo senese tra bibliografia e ricerca...* cit. Per quanto attiene a «La Martinella», periodico socialista colligiano, i lavori di D. Cherubini. Fra gli altri D. Cherubini, «*La Martinella e il socialismo colligiano*», in *La società del futuro. Un giornale e la sua città*, Firenze 1985, pp. 9-21.

Sui periodici cattolici senesi postunitari M. De Gregorio, *Per una biografia di Leopoldo Bufalini*, in Istituto storico diocesano, *Annuario 1998-99*, Siena 1999.

Sull'attuale situazione della pubblicità periodica a Siena S. Trabalzini, *Dal monopolio a tre quotidiani*, in *Dal villaggio al villaggio...* cit., pp. 138-143. Per periodi precedenti e diverse prospettive M. De Gregorio, *La voce del Comune. Sessant'anni de "La Balzana"* (1926-1986), «Bullettino senese di storia patria» 103 (1996), pp. 363-430; *Storie di una città e di un settimanale. I giorni di Siena in vent'anni del Nuovo Corriere Senese*, a c. di M. De Gregorio, Siena 1987.

Gianni Tiberi

IL MESTIERE DI CRONISTA: LA CRONACA DI SIENA SULLA NAZIONE

È un grande gruppo editoriale, quello che fa capo alla *Poligrafici Editoriale* e che comprende le testate storiche de *La Nazione* e *Il Resto del Carlino*, con *Il Giorno* di recente acquisizione. Un Gruppo che spesso ha precorso i tempi nel panorama editoriale italiano, come per la soluzione dei fascicoli staccati fra parte nazionale e cronaca locale, poi copiata anche da altri. Dunque si tratta di una azienda editoriale dinamica ma profondamente legata anche alla tradizione. *La Nazione* è uno dei giornali più antichi d'Italia, voluta nell'estate del 1859 dal Barone Bettino Ricasoli in un momento in cui sembrava che la spinta dell'unificazione nazionale, con l'armistizio di Villafranca, venisse meno. Le profonde radici sul territorio toscano trovano oggi riscontro in quasi venti edizioni locali che coprono tutta la Toscana, ma anche una parte della Liguria e l'intera area dell'Umbria.

Queste radici si rispecchiano pienamente proprio nella cronaca locale di Siena, intorno alla quale ruota una struttura simile a quella di un vero e proprio giornale autonomo. Quindici pagine che comprendono una pagina "specchio", due di primo piano in cui si evidenzia e si approfondisce l'argomento del giorno, quattro di cronaca sulla città, altre quattro per la provincia, tre di sport, una pagina di agenda per gli spettacoli, appuntamenti ecc.

Per approntarle esiste uno staff composto di sette redattori a tempo pieno, due part-time, decine e decine di collaboratori. Si tratta dunque di una struttura complessa con precise divisioni di compiti tra i cronisti, ancora a stretto contatto con la realtà locale, anche se sempre più legati al lavoro di *desk* per la preparazione delle pagine (disegno del menabò, inserimento degli articoli, titolazione).

Ma il cronista riflette ancora quello che è il mestiere originale del giornalista; cioè cercare le notizie, essere a contatto con la gente, con i suoi problemi quotidiani. Raramente infatti nella cronaca locale c'è il supporto delle agenzie che tanta parte hanno ormai nella realizzazione della parte nazionale. La cronaca locale è dunque la prima fonte della notizia che caso mai rimbalza a livello nazionale. Il cronista ancora si salva dall'evoluzione di un mestiere fatto sempre più a tavolino, fatto

sempre più di lavoro di assemblaggio piuttosto che di ricerca. Ed è invece appunto la ricerca la linfa vitale della cronaca, da quella di *nera* con i contatti con le forze dell'ordine e le altre istituzioni, a quella politica, a tutti gli altri ambiti che investono la vita economica, sociale, culturale della cosiddetta *cronaca bianca*.

Le nuove tecnologie offrono un supporto non indifferente al lavoro: dalla ricerca per parole chiave delle notizie di agenzia, all'archivio elettronico delle foto e dei testi – da cui è possibile esportarli direttamente in pagina –, alla realizzazione completa della pagina, che viene inviata dalla redazione locale già pronta in tutte le sue componenti per essere stampata. Quella descritta è la parte finale di un lavoro che inizia ogni giorno dalla metà mattinata con una riunione di redazione, una rassegna degli appuntamenti previsti per quella giornata, il “giro” di *nera*, l'assegnazione dei vari compiti. Poi segue una seconda riunione nel pomeriggio, con la valutazione delle notizie, il disegno dei menabò, i contatti con i collaboratori, la scrittura dei pezzi, la loro collocazione in pagina e la titolazione.

Così nasce la cronaca di Siena della *Nazione*, una testata che di fatto è un vero e proprio “giornale nel giornale,” che ogni giorno vende – sulle 160.000 copie del quotidiano nazionale –, quasi 10.000 copie, ovvero molto di più dei piccoli quotidiani di provincia con testata autonoma.

Daniele Redaelli

IL GIORNALISMO SPORTIVO

CHERUBINI: Il giornalismo sportivo ha avuto un ruolo molto importante in Italia fin dall'Unità. Soprattutto tra il 1860 e il 1870 coloro che si occupavano di sport sul piano giornalistico erano dei pionieri, spesso anche atleti, in un percorso strettamente collegato alla storia dello sport. Esistono molte opere che hanno analizzato questo tipo di giornalismo; i manuali individuano per esempio il primo periodico sportivo italiano, che pare sia nato nel 1865. Inizialmente ci si interessava soprattutto degli sport più nobili: il tiro a segno, la scherma, l'ippica, perché era ancora necessario legittimare non soltanto il giornalismo sportivo, ma anche gli sport all'interno della società italiana in continua evoluzione.

Nei manuali troviamo il riferimento alla nascita delle prime pagine sportive (il *Resto del Carlino* fu una delle prime testate a muoversi in questo campo). Le difficoltà iniziali nascevano dal fatto che all'epoca i giornalisti erano abituati ad esprimersi con un linguaggio paludato, che non si sposava con l'esigenza di comunicare gli avvenimenti sportivi. All'interno di questa evoluzione è doveroso fare riferimento a quello che è il giornale sportivo italiano per eccellenza, la *Gazzetta dello Sport*. Parlano con il nostro ospite ho trovato una serie di errori che sono riportati dai testi di storia del giornalismo. Voi sapete che la *Gazzetta dello Sport* venne fondata nel 1896, a Milano. Dapprima uscì come bisettimanale stampato su carta verdolina. Nei manuali di storia del giornalismo talvolta si riporta che il colore rosa ormai tipico di questo giornale venne inserito nel 1908, quando la *Gazzetta* diventò trisettimanale per poi diventare quotidiano nel 1913. Invece queste mie informazioni "erudite" sono state smentite dal nostro ospite, il quale mi ha ricordato che nel gennaio del 1999 è stato festeggiato il centenario della *Gazzetta* in rosa. Questo per spiegarvi come chi lavora all'interno di una testata con un suo prestigio e una sua riconoscibilità ha spesso conoscenze specifiche dettagliate.

La *Gazzetta* ha avuto una grande importanza anche per il decollo e il radicamento di tante manifestazioni sportive, soprattutto dal 1908-09 per quanto riguarda il Giro d'Italia di ciclismo, fino ad arrivare ad essere uno dei quotidiani più diffusi nel nostro paese. Oggi

vende giornalmente circa 400.000 copie ed è perciò per noi particolarmente importante avere un suo caporedattore come nostro primo ospite.

Daniele Redaelli ha alle spalle una lunga esperienza in *Gazzetta*, ha scritto vari libri, per esempio sulla storia delle Olimpiadi, ha curato numerose voci nelle maggiori encyclopedie di storia dello sport, e ha anche realizzato cortometraggi dedicati allo sci nautico. Per la sua attività giornalistica ha ricevuto nel 1988 la targa ad onore Coni Ussi. Prima di lasciargli la parola, voglio però spiegare come sono riuscita a mettermi in contatto con Redaelli.

In genere conosco personalmente gli ospiti invitati nel mio Corso, che ormai da diversi anni è aperto ad incontri con gli “addetti ai lavori” del giornalismo. In questo caso, invece, devo ringraziare Riccardo Pratesi, che si è laureato nella nostra Facoltà in Storia del Giornalismo e ha collaborato con alcune testate cittadine, come *Il Corriere di Siena* e *Il Campo*. Ora frequenta il 2° anno della Scuola di giornalismo LUISS “Guido Carli” di Roma e l’anno scorso, all’interno del Master in giornalismo, ha svolto uno *stage* presso la redazione di Redaelli, alla sede milanese della *Gazzetta dello Sport*. Più tardi lo stesso Pratesi vi darà la sua testimonianza di questa esperienza.

REDAELLI: Per me è un onore essere qui con voi, sono un po’ emozionato perché avendo studiato un po’ Geologia, un po’ di Scienze politiche, e non essendomi poi laureato, potete immaginare cosa significhi per me essere da questa parte della cattedra. Ringrazio la Professoressa Cherubini, e l’amico Riccardo perché mi hanno dato questa opportunità.

Come sono arrivato al giornalismo: adesso voi avete percorsi molto diversi, quello che ho seguito io è quasi improponibile al giorno d’oggi. Ci sono fortunatamente le scuole di giornalismo e i Corsi di laurea in giornalismo che ai miei tempi non esistevano; qualunque tipo di velleità giornalistica veniva lasciata all’iniziativa del singolo. Ai tempi del Liceo – sul finire degli anni ’60 – collaboravo con un giornale locale di Sesto San Giovanni, dove sono nato, che si chiamava *Luce Sestese*. Facevo le cronache sportive della Pro Sesto, una squadra che esiste ancora e che gioca in C2, ma all’epoca militava in serie D. Seguivo anche il basket femminile e l’atletica: Sesto San Giovanni è sempre stata la patria della marcia e ogni anno, il primo maggio, si svolge una gara di livello internazionale. Noi sestesi ci vantiamo tra l’altro di essere stati i primi ad issare sul nostro pennone la bandiera della Germania Est in un’manifestazione sportiva dopo il successo di un marciatore tedesco. Nel clima della guerra fredda, sfidammo il Comitato olimpico internazionale perché all’epoca le Germanie erano già politicamente divise, ma dovevano gareggiare unite. Lavoravo

dunque per questo giornale, e da bambino avevo imparato a leggere sulla *Gazzetta dello Sport*. Di conseguenza il mio sogno di diventare giornalista era quello di farlo proprio alla *Gazzetta*. In alternativa avrei voluto fare l'inviaio, un po' all'Egisto Corradi, o alla Ettore Mo. Comunque il giornalismo sportivo era il mio primo obiettivo e l'ho perseguito continuando a leggere la *Gazzetta*. Quando nel 1971 ho finito il Liceo scientifico, mi sono presentato all'Ufficio dei correttori di bozze della *Gazzetta* proponendomi come correttore. Il responsabile mi chiese: «Che facoltà farai?» «Geologia». Lui arricciò il naso, dicendo che accettava soltanto studenti di Lettere. Insistei dicendo che conoscevo lo sport e dopo aver risposto bene a tre quattro domande (compreso come si fa in millesimi la classifica di baseball...) mi iscrisse all'elenco lunghissimo delle persone in lista di attesa. Ad agosto cominciarono a chiamare i primi della lista: erano tutti in ferie. Io avevo lasciato il mio recapito telefonico della località dove ero in vacanza e cominciai quindi a lavorare come correttore. Conoscevo lo sport e volevo fare il giornalista, mentre gli altri correttori si dedicavano a questa attività come secondo lavoro (era tutto in nero, paga L. 580 all'ora più il 13% della ritenuta d'acconto). Tutti quindi mi "sponsorizzavano" nell'ambiente, andavo io a correggere le pagine accanto ai tipografi, procurandomi così un contatto diretto e costante coi giornalisti che scendevano in tipografia. Allora si stampava ancora a piombo, quindi le pagine erano seguite da un giornalista, mentre adesso in tipografia non andiamo più.

Nel 1974, il primo di luglio, si aprì una possibilità alla *Gazzetta dello Sport*, mi conoscevano, sapevano che conoscevo lo sport e mi presero come redattore praticante nel settore degli sport olimpici, dove sono tuttora e dove ho fatto la mia traiula pian piano, quasi per caso. Io adoro l'organizzazione del lavoro, per cui mi piaceva dedicarmi a questa fase lavorativa e automaticamente sono arrivati i ruoli di responsabilità. Si è un po' meno giornalisti, è un po' meno divertente sul piano professionale, però «si tengono i piedi in due scarpe», per cui alla fine si hanno cose più varie di cui occuparsi.

Questo è stato il mio percorso professionale, segnato da molti momenti fortunati, che adesso sarebbero difficilmente riproponibili, perché oggi la gavetta, il marciapiede, che è ancora la base per diventare giornalisti, non c'è quasi più. Le notizie adesso arrivano nelle redazioni, tra siti Internet, E-mail, fax (quando ho cominciato ancora non esisteva il fax, che ha fatto la sua comparsa nei giornali intorno al 1975-76). Per reperire una notizia uno doveva andare sul posto e prenderla. Poteva al massimo telefonare, ma non era ancora l'era dei telefonini, per cui non c'era la certezza automatica di poter parlare con chiunque in qualunque momento tenendo acceso il cellulare. L'accesso attuale alla professione offre molte più possibilità, anche se dà una

preparazione onestamente più standardizzata. Nella scuola di giornalismo o nei Corsi di laurea tutti studiano le stesse cose, per cui tutti ragionano allo stesso modo. Un modo molto buono per imparare, però poi le qualità del singolo dovranno emergere nelle redazioni quando comincia a lavorare.

CHERUBINI: Ci può spiegare il suo lavoro, illustrando le varie figure esistenti all'interno di un quotidiano sportivo e la struttura di una redazione? Qual è la sua giornata lavorativa standard?

REDAELLI: Vi spiegherò naturalmente come si lavora all'interno della *Gazzetta dello Sport*, però tutti i giornali sono molto simili, si diversificano solo nei dettagli.

La struttura di organizzazione interna del lavoro alla *Gazzetta* può essere trasportata in tutti i giornali, piccoli o grandi che siano. Ovviamente esistono un direttore responsabile, dei vicedirettori (può essere uno, noi ne abbiamo tre), poi c'è l'Ufficio centrale, che è un Ufficio di caporedattori (nel nostro caso sono sei). Quindi ci sono i cosiddetti "servizi", settori che si occupano specificatamente di uno sport o di un gruppo di sport. Il servizio più importante è il calcio, al quale lavorano circa 40 giornalisti; seguono gli "sport olimpici" (siamo 18), i motori (8), il ciclismo (6), l'ippica (4), la pagina della televisione, denominata "settore delle iniziative" (3). Quindi ci sono i grafici, coloro che disegnano il giornale (3), e infine i settori che sono esterni al giornale, ma che fanno parte della *Gazzetta: Sport Week*, il magazine illustrato che esce il sabato (circa 20) e Internet, cioè la *Gazzetta on line* (18).

Esiste poi un settore *marketing* ed un settore "organizzazioni sportive" (da noi è diviso in due strutture separate: una si occupa di ciclismo, e si chiama *Rcs sport*; l'altra si occupa di tutti gli altri eventi sportivi che organizziamo, dai campionati italiani di Beach Volley, ad una Coppa di snowboard ecc., e si chiama *Rcs events*).

La pubblicità è centralizzata per tutta l'azienda: quindi non riguarda solo la *Gazzetta*, ma anche *Corriere della Sera*, *Amica* o qualunque altro giornale del gruppo Rizzoli *Corriere della Sera*.

Questa è la struttura della *Gazzetta*. Ogni servizio ha un capo, i due servizi più grandi hanno come responsabile un caporedattore (basterebbe un caposervizio, la qualifica di caporedattore diventa quasi un premio alla carriera) che organizza il lavoro dei suoi "sottoposti". Il funzionamento del giornale è molto semplice: la mattina si svolge una riunione (alle 11.30), alla quale partecipano Direttore, Vicedirettori, l'Ufficio centrale ed i capi dei vari settori. Si discute di quello che verrà pubblicato sul giornale del giorno dopo (ovviamente con riferimento agli avvenimenti previsti, perché ci sono anche i fatti imprevisti

che accadono nel corso della giornata). Si determinano le collocazioni, gli spazi, per cui ad esempio gli sport olimpici oggi hanno tre pagine, i motori una o due, il ciclismo una, il calcio undici ecc. Poi il calcio al suo interno darà due pagine alla serie B, due al mercato, ecc..

Si danno quindi le direttive editoriali della giornata. I capiservizio cominciano a disegnare o a far disegnare dai grafici le pagine (le pagine più semplici per praticità ce le disegniamo da soli). Le pagine saranno poi caricate automaticamente con il computer e i redattori a quel punto hanno la loro suddivisione del lavoro quotidiana secondo le loro competenze (noi abbiamo, ad esempio, due redattori che si occupano di nuoto, quattro di atletica).

CHERUBINI: L'utilizzo del computer l'abbiamo direttamente constatato durante la visita alla redazione senese della *Nazione*, seppure in dimensioni ridotte rispetto all'enorme mole di lavoro della *Gazzetta dello Sport*.

REDAELLI: Arrivano i servizi dagli inviati. Si danno le misure agli inviati che non possono scrivere quanto vogliono: prima del computer si chiedevano ad esempio quaranta righe (da settanta battute), adesso invece si utilizzano i "righini". L'inviato tende normalmente a scrivere di più: anche se lavora tutti i giorni in redazione, non appena va fuori crede che le pagine abbiano l'elastico solo perché scrive lui... Questo comunque è il compito classico dei capiservizio che sono costretti a "minacciare" i prolissi inviati per limitarne le cronache. Il lavoro prosegue fino alle 23.30. Una volta per andare in edicola senza problemi bisognava chiudere alle 22.30, si "sforava" con qualche pagina fino alle 23.00. Adesso appena chiusa una pagina finisce subito nella rotativa e si possono ritardare i tempi (la rotativa più grande è ubicata a 25 km dal giornale). Il giornale viene simultaneamente stampato a Pessano con Bornago, che è il centro stampa principale, quello di Milano. Inoltre abbiamo centri stampa a Padova, Cagliari, Bari, Roma, Catania, Marcinelle in Belgio, New York, Madrid, Rio de Janeiro, Sydney e Buenos Aires. In questo modo la diffusione della *Gazzetta dello Sport* è abbastanza capillare; a Buenos Aires vendiamo ben 18.000 copie (record per un giornale non argentino) sfruttando la presenza di una folta colonia italiana. Il giornale viene stampato simultaneamente in questi posti e distribuito. La *Gazzetta* è stata premiata per tre anni consecutivi come il giornale non di lingua inglese più letto nel mondo. Del resto, quale altro giornale italiano è stampato in tutto il mondo? Potreste dire il *Corriere della Sera* o la *Repubblica*, ma queste testate implicano normalmente una scelta tra di loro, mentre la *Gazzetta* all'estero non ha praticamente rivali nel settore tra i giornali italiani e pochi rivali considerando anche quelli stranieri. Inoltre noi abbiamo

un folto gruppo di lettori stranieri; infine considerate che tutti gli statistici acquistano la *Gazzetta*, anche vecchia di una settimana, perché devono riportare i risultati nelle loro statistiche, soprattutto per quanto riguarda l'atletica leggera e il nuoto.

Il giornale si chiude a mezzanotte, questa chiusura ritardata fa sì che la cosiddetta *ribattuta*, che era la seconda edizione, abbia perso molta importanza nel corso dell'ultimo anno e mezzo. Una volta, quando si chiudeva alle 23.00, c'era tempo due ore per aggiornare il giornale con gli avvenimenti serali, oggi francamente ciò avviene per ritocchi marginali. La giornata di lavoro si conclude quindi intorno alle 1.30. Non per tutti, perché, ovviamente, dalle 23.00 all'1.30 di notte rimangono comunque alcuni giornalisti di turno.

CHERUBINI: Prima di chiederle un'opinione sull'evoluzione del mestiere, che naturalmente terrà conto dei cambiamenti in corso di portata epocale, vorrei far intervenire Riccardo Pratesi. E gli chiedo di descriverci quello che ha imparato durante lo *stage* nella redazione di Redaelli, per capire come un vostro coetaneo, pur con esperienze di giornalismo locale, abbia vissuto l'approccio con una redazione così grande.

RICCARDO PRATESI: Daniele ha spiegato esaurientemente tutto, quindi sul piano del giornalismo non posso aggiungere nulla. Posso invece esservi utile raccontandovi la mia esperienza personale, che magari qualcuno di voi potrebbe ripetere. Anzitutto, come vi ha anticipato la Professoressa Cherubini, frequento il secondo anno della scuola di specializzazione in giornalismo LUISS "Guido Carli" a Roma, e sono quindi un giornalista praticante; nel mese di ottobre sosterrò l'esame per diventare professionista. L'anno scorso gli studenti del mio corso hanno avuto la possibilità di fare degli *stage* estivi trimestrali, (luglio-settembre). Potevamo scegliere tra più testate, io ho avuto la fortuna e l'opportunità di poter andare a Milano alla *Gazzetta dello Sport*. Appena arrivato in redazione mi sono subito reso conto che al di là del mio curriculum inappuntabile (ho seguito lo sport fin da bambino, ho lavorato presso giornali senesi, mi sono laureato in Storia del giornalismo e mi sto specializzando in questa disciplina), sul piano dell'esperienza dovevo ripartire quasi da zero.

Le trafia iniziale è questa: vieni presentato ad un vicedirettore che ti chiede quali sono gli sport nei quali sei più preparato. Ho risposto che non ero il classico "fanatico" solo di calcio, per cui mi ha mandato alle *Varie*, agli sport olimpici. Il trauma iniziale è stato non avere la password, per cui il primo giorno non ho potuto utilizzare il computer ed ero costretto ad osservare il lavoro degli altri, sentendomi chiaramente "di troppo". Il secondo giorno, però, la password si è

materializzata e sono stato ricompensato per l'attesa con l'articolo sul Palio. C'era la finale degli Europei, e tutta la *Gazzetta* era impegnata a seguire la partita. Il Palio di Siena, in questo contesto, aveva una rilevanza minima. Tra l'altro il nostro corrispondente di Siena aveva dei problemi logistici nell'inviare il pezzo, per cui il compito di vedere la corsa in televisione e scrivere l'articolo è toccato a me.

REDAELLI: Il nostro corrispondente storico da Siena, Renzo Corsi, era preoccupato di non riuscire a seguire il Palio, andare a casa e scrivere la cronaca. Dovevamo infatti chiudere presto, e i tempi della partenza del Palio sono sempre incerti. Ho detto a Corsi di non preoccuparsi, perché in redazione avevamo un senese. Ha voluto parlarci per accertarsi della sua provenienza, chiedendogli di che contrada era, ecc.

PRATESI: Ha sentito l'accento e si è rassicurato immediatamente. Ho così rischiato di vedere pubblicato il mio primo articolo sulla *Gazzetta dello Sport* il giorno della vittoria agli Europei di calcio (sfiorata per un soffio). Avrebbe avuto una tiratura incredibile.

Comunque, torniamo allo *stage*. A parte i problemi oggettivi di ricordarsi i nomi dei redattori e prendere dimestichezza con il computer (i programmi non sono difficili, io inoltre avevo dei rudimenti di informatica, ma 15 giorni-un mese sono necessari per conoscere bene la tecnologia utilizzata in *Gazzetta*). Così la lunghezza di un titolo o il carattere da utilizzare per un determinato articolo vanno acquisiti rubando con gli occhi gli insegnamenti involontari del tuo "compagno di scrivania". Per quanto riguarda l'ambiente, mi ha stupito positivamente il rapporto tra cordialità e professionalità. Alle *Varie* si respira una serenità di fondo, anche nei momenti di lavoro più opprimente. Durante l'Olimpiade di Sydney, i redattori erano molto più allenati di me, io faticavo a tenere il ritmo vertiginoso della redazione, comunque aleggiava sempre un senso di tranquillità e serenità confortante. Nei momenti di pausa, poi, la serenità poteva sfociare anche in goliardia. Così nascono le "grandi estati delle *Varie*". I giornalisti che abitavano normalmente fuori Milano, quando tornavano da casa (per esempio dopo il riposo settimanale) portavano in redazione prodotti tipici (io portavo i ricciarelli senesi) e quindi c'erano le grandi merende, che attiravano anche i redattori degli altri servizi. Questo fa capire che c'era spazio persino per il gioco, però abbinato ad una professionalità enorme, alla ricerca del particolare e alla consapevolezza e l'orgoglio di lavorare in un grande giornale. Parecchi redattori della *Gazzetta* hanno coronato il loro sogno di bambini, si sono realizzati, per cui si sforzano di essere all'altezza di questo giornale. Cioè evitano di "sedersi", trovando quotidianamente stimoli dal confronto con gli altri

quotidiani sportivi per eliminare il minimo errore o evitare di incorrere in un “buco” (una notizia non pubblicata, che i concorrenti hanno invece riportato).

In quei tre mesi mi sono sentito partecipe di un progetto di squadra, coordinato dal caporedattore, nello specifico Daniele, che ha equiparato gli *stagisti* ed i contrattisti (a termine) che si sono alternati alle *Varie* ai redattori ordinari (anche se sapevamo di avere una minore esperienza e competenze assai più circoscritte). C’era il massimo rispetto per tutti, ma questo non vuol dire che non si pretendesse da noi di esprimere il massimo del nostro potenziale. Faccio un esempio di come Redaelli, nonostante fosse il capo della squadra, sapesse porsi sullo stesso livello degli altri. In redazione c’è un piccolo frigorifero che viene riempito di bibite. Quando finiva l’acqua era Redaelli che andava al bar al piano di sopra a riprenderla: non mandava lo *stagista*, ma ci andava personalmente, e questo secondo me è un piccolo esempio che vi fa capire il clima della redazione.

Per quanto riguarda il comportamento di uno *stagista*, non credo che ci sia una regola univoca da seguire. Vi posso però dire quello che ho fatto io. Va garantito il massimo impegno, ma, in un giornale di grande livello, le motivazioni arrivano da sole. Poi, in una testata sportiva, va tirata fuori la passione personale. Normalmente chi lavora in *Gazzetta* fuori dall’ambito lavorativo è un “malato” di sport, finalmente in redazione può esprimersi nel suo *habitat* più naturale. Infine è importante difendere il proprio lavoro, perché è il frutto di impegno e di un determinato ragionamento; contemporaneamente credo sia necessario avere non solo rispetto, ma anche essere coscienti della professionalità e dell’esperienza delle persone che ti circondano e ti consigliano sui titoli o sui pezzi che ti vengono assegnati.

Domande:

FRANCESCO MACCARI: Vorrei intervenire a proposito dello sviluppo di Internet. La presenza di una redazione *on line* mi ha infatti consentito di rimanere in contatto giornaliero con la *Gazzetta* anche quando sono stato all'estero (ho vissuto ad Helsinki, il giornale arrivava il giorno dopo mentre Internet era subito consultabile). Vorrei sapere cosa pensa sulle prospettive del quotidiano cartaceo, se può ancora continuare a dare qualcosa in più rispetto a quello in rete anche in futuro.

REDAELLI: La situazione per tutte le testate su Internet, non solo per quella della *Gazzetta dello Sport*, è un po’ delicata. Questi siti sono un pozzo senza fondo dal punto di vista economico. I ritorni pubbli-

citari sono minimi, le spese enormi e i siti si consultano gratis. L'ultimo dato del settembre 2.000 indica 248.262 contatti giornalieri in media. Se noi valutiamo che questi contatti erano potenziali lettori, tenendo conto che la *Gazzetta*, secondo i dati Isegi, è letta, per ogni copia, da otto persone, possiamo calcolare che perdiamo, con Internet, circa 30.000 copie al giorno. Una tale perdita si somma alle spese per mantenere una redazione telematica composta da 18 giornalisti. Però è indubbiamente Internet sia il futuro, ed è significativo che il sito permetta, all'estero, di stare collegati con la *Gazzetta dello Sport*. C'è un italiano che da...Vuanùtù, dove il giornale non arriva neanche dopo una settimana, si collega tutti i giorni, manda anche messaggini, felice perché finalmente può rimanere il contatto con la "sua" *Gazzetta*. Tra i lettori e questo giornale c'è un rapporto non paragonabile ad altre testate. Ho qui un fax di un lettore che scrive: «Da tanti anni leggo la *Gazzetta*, ma non avevo notato che la domenica cambiassasse nome. Ho chiesto a quattro edicolanti a Forlì e nessuno mi ha saputo dire da quanto ciò si verifica. Gradirei sapere da quanto tempo la domenica viene cambiata la testata e per quale motivo». Il motivo non lo sapevo neanch'io, ho dovuto documentarmi e poi gli ho faxato la risposta. Lui mi ha riscritto per ringraziarmi. Se a qualcuno interessa, la domenica esce la *Gazzetta Sportiva*, perché durante il fascismo venne varata una legge che stabiliva che i giornali potevano uscire sei giorni alla settimana; perciò i giornali che uscivano sette giorni cambiavano la testata. *Tuttosport*, per esempio, il mercoledì si trasformava in *Carlin*, il *Corriere dello Sport* usciva come *Corriere Sportivo*. Oggi non so se è ancora in vigore questa legge, però noi e il *Corriere della Sera* (*Corriere della Sera* con sotto la scritta, in piccolo, "del lunedì") abbiamo mantenuto questa differenza. Tornando ad Internet, è chiaro che ci stiamo molto attenti e l'Azienda spera di poterci guadagnare economicamente, perché il suo obiettivo è ovviamente quello.

CHERUBINI: A proposito di questa domanda, nell'ambito delle nostre conferenze avremo ospite Manlio Cammarata, fondatore e direttore della testata *on line InterLex*. Inoltre è qui presente Riccardo Bruni, che si è laureato con una tesi su *Repubblica.it*; con loro avremo quindi occasione di approfondire il tema del giornalismo in rete. Sul piano sia nazionale che internazionale, si pone il problema di quanto una testata cartacea influenzi la presenza di un pubblico che poi va a cercarne la versione in rete, e viceversa. Questo nuovo tipo di pubblico può infatti anche essere stimolato da una testata in Internet a comprare la medesima testata di tipo cartaceo. Il fascino della carta stampata richiama un problema che si è presentato ogni qualvolta è comparso sulla scena un nuovo mezzo di comunicazione di massa. Il conflitto si è quasi sempre risolto con una integrazione, ad esempio tra

radio e stampa, tra televisione e radio; questa volta potrebbe sancire anche la fine della carta. È però impossibile, in questo momento, dare risposte sicure.

TOMMASO BRUNETTI: Sono due le domande che vorrei fare. Anzi-tutto vorrei sapere qualche altro dettaglio sul funzionamento degli *stages*. Quali sono i criteri per potervi accedere? Vi sono dei periodi di tempo predeterminati? L'altra domanda è la seguente: quando l'Italia non vince gli Europei di calcio – cioè quando non c'è la notizia bomba) – il titolo più importante, in prima pagina, in base a quale criterio viene scelto?

REDAELLI: Per quanto riguarda gli *stages*, l'Azienda, cioè l'Rcs, proprietaria della *Gazzetta dello Sport* e del *Corriere della Sera*, ha degli accordi con la scuola di giornalismo di Milano e con la LUISS. Altri nominativi provenienti da altre scuole o corsi di laurea che facciano richiesta vengono valutati. È perfettamente inutile avere dieci *stagisti*. Io ho esperienza in questo campo, poiché tutti gli *stagisti* arrivati in *Gazzetta* sono passati dal settore sport olimpici; negli ultimi 20 anni sono stati circa 40. La metà di loro in questo momento lavora alla *Gazzetta dello Sport* o ha lavorato in passato in *Gazzetta* e adesso si è trasferita in un altro giornale. È una percentuale altissima. L'unico modo per fare bene lo *stage* è far finta (anche perché non si riceve uno stipendio) di lavorare come un redattore ordinario. Ovviamente con meno esperienza, ma l'obiettivo deve essere quello. Quindi non si possono avere dieci *stagisti* perché non ci sarebbe lavoro a sufficienza da affidargli. Allora si scelgono periodi particolari: su tutti quello estivo, perché le scuole non hanno le lezioni e perché ci sono molti redattori in ferie e c'è bisogno dello *stagista*. Lo *stagista*, teoricamente, in base agli accordi formali, quasi non dovrebbe lavorare in redazione. Dovrebbe assistere. Ma non serve a niente. La prima cosa che dico a uno *stagista* è: «Da questo momento sei un redattore degli sport olimpici». Se non gli va bene può andare in un altro settore. A mio parere l'unico modo per imparare è questo. Credo che nel vostro caso, comunque, la Facoltà debba fare una apposita richiesta.

Passando poi all'altra domanda, il titolo di prima pagina riguarda l'evento, il fatto di cronaca, positivo o negativo. Meglio se positivo, perché la sconfitta fa vendere di meno rispetto alla vittoria (quando il Milan è uscito dalla coppa con il Deportivo non abbiamo venduto neanche una copia più del solito, se avesse superato il turno magari erano 40.000-50.000 copie in più). Se non c'è l'evento, si studia un titolo nella riunione delle 11.30 o in quella di rifinitura pomeridiana intorno alle 18.00. Il titolo scelto è quello più possibilmente ad effetto (non necessariamente pompato all'eccesso su un fatto che non c'è),

che possa interessare un vasto numero di lettori. In questo periodo in cui le squadre italiane sono tutte fuori dalle coppe, per cui siamo in fase depressiva, si punta molto sul mercato. Spesso sono titoli di sogni, più che di realtà. Anche se noi cerchiamo di fare un mercato persino troppo notarile: leggendo il calciomercato sulla *Gazzetta* il lettore riesce sempre a distinguere se l'affare è fatto o si sta per fare o se siamo ancora a livello di progetto. Difficilmente spariamo il titolo, non so, «Rivaldo al Milan» se non c'è qualcosa di concreto. Quest'anno martedì, mercoledì e giovedì i fatti di cronaca sono finiti, perché le squadre italiane hanno salutato troppo presto le competizioni europee, e si vede dalle vendite. Questa assenza ha provocato un calo delle vendite della *Gazzetta* (nel febbraio 2000 avevamo venduto 434.022 copie al giorno, quest'anno 413.207, cioè il 4,8% in meno rispetto all'anno scorso). Poiché il lunedì continuamo a vendere lo stesso numero di copie, il calo è dovuto solo ed esclusivamente al fatto che le nostre squadre, che a febbraio erano ancora nelle coppe, facevano però ridere e quindi si vendeva meno.

UNICO ROSSI: Volevo annoverare tra le testate che cambiano nome anche il *Tirreno* del lunedì, che rappresenta la costa maremmana. Poi mi interessava mettere in luce un aspetto generico del giornalismo: quella parte di giornalismo deprecabile che consiste nella creazione artificiosa della notizia. Chiedo una conferma, o una smentita, proprio per quanto riguarda il calciomercato. Si sottolinea come spesso ci siano dei legami tra i procuratori dei giocatori e giornalisti, relativi a scambi di informazioni. Poiché nel giornalismo non sportivo si verificano fatti anche molto gravi (ci sono querele, processi, ecc.), mi chiedo se nel mondo dello sport si presentano problemi analoghi.

REDAELLI: Hai detto una cosa vera. Hai fatto anche l'esempio giusto, perché la creazione della notizia è più che mai legata al mercato. Il contatto con i procuratori è indispensabile, perché altrimenti non hai le notizie. Qual è la linea sottile che divide il fare il proprio lavoro in modo moralmente ineccepibile, dal non farlo? Secondo me i colleghi che operano sul mercato sono sottoposti a pressioni e tentazioni di ogni genere. Ci possono cascare in buona fede, o in malafede. I colleghi della *Gazzetta*, se ci cascano, lo fanno in buona fede. Però una piccola dose di «prostituzione» ci deve essere per forza. Spiego perché. Il procuratore è l'unica fonte di notizie. Se ti da una notizia *pro domo sua*, che interessa solo a lui (ad esempio se fai il titolo su Aimar che interessa a tutte le più importanti squadre italiane, il giorno in cui si sveglia l'Atletico Madrid, Aimar, invece di costare 30 miliardi, ne vale 50). Ti crei la notizia. Però non scrivi che l'Inter gli ha detto di no, anche perché nessuno dell'Inter ti dirà mai che non l'ha voluto.

Di fronte alla tua richiesta per controllare la notizia: «state prendendo Aimar?» La risposta sarà: «ce l'hanno offerto, stiamo valutando». Poiché nelle grandi squadre non c'è più un solo dirigente che si occupa di mercato, nessuno vuole rischiare di smentire una trattativa, quando un suo collega può magari risolverla con l'ingaggio del giocatore. È già successo. L'Avvocato Agnelli disse: «Vieri non si tocca, diventerà una bandiera della Juventus». Il giorno dopo Vieri è stato venduto. L'esperto di mercato deve quindi capire fin dove si può spingere, per accontentare la fonte che ti darà poi le notizie vere, avere comunque un rapporto estremamente chiaro con i procuratori, in modo da fargli capire che non sei il loro megafono. Dopo di che diventa un peccato veniale (anche perché è la verità) scrivere che un tal giocatore è stato proposto ad una nostra squadra anche se non credi che arriverà in Italia. L'importante è che tu non sia corrotto per far questo. Cioè che non prendi la percentuale sull'eventuale affare, o che non ti lasci invitare a fare vacanze in luoghi esotici. Questo purtroppo può anche capitare. Non capita da noi, però non credo che siamo del tutto esenti da peccati minori.

PATRIZIA MARI: Vorrei fare una domanda a Redaelli, tornando indietro nel tempo. Nel 1974 lei è diventato praticante, ha iniziato l'iter per diventare professionista. Mi riallaccio ad un contesto storico, facendo piacere, credo, alla Professoressa Cherubini. Vorrei ricordare Gino Palumbo, che ha fatto scuola ed ha rinnovato la grafica, il modo di leggere la *Gazzetta*. Ha iniziato più o meno insieme a lei, nel 1976. Gino Palumbo, per chi non lo sapesse, è l'ideatore del titolo urlato, breve, del testo che si deve capire dal titolo. La domanda spero che sia interessante. Nell'era di Internet la *Gazzetta dello Sport* quale linguaggio vuole adottare? Pensa di doverlo cambiare rispetto al passato?

REDAELLI: Noi stiamo vivendo un po' da figli di Palumbo. In questo momento non stiamo facendo qualcosa di rivoluzionario per cambiare il linguaggio. Quello che cerchiamo di fare, a volte senza riuscirci, ma non per questo ci arrendiamo, è abbassare i toni del giornalismo sportivo verso una comunicazione più soft. Gino Palumbo è stato un innovatore vero. Vi leggo adesso un titolo straordinario. È il titolo della prima pagina del 1938, quando l'Italia vinse, in Francia, il Campionato del Mondo di calcio: «Apoteosi dello sport fascista nello stadio di Parigi, strepitosa vittoria della squadra italiana nel Campionato mondiale di calcio. Gli azzurri splendenti di slancio e di stile partono all'offensiva al segnale dell'arbitro, rintuzzano prontamente i contrattacchi ungheresi e trionfano nella luce di un gioco magistrale: Italia-Ungheria 4-2». Questo era il titolo. 44 anni dopo campeggerà in pagina un «campioni del mondo» enorme in occasione del trionfo in

Spagna. Se prendete la *Gazzetta* di oggi il titolo d'apertura del giornale è di tre parole. Palumbo ha portato questo tipo di titolazione. Nel 1976 venivamo da un periodo estremamente travagliato. I giornali erano molto politicizzati, in Italia, e la *Gazzetta* non faceva eccezione. Avevamo un direttore che era un ottimo giornalista, Giorgio Mottana, ma era un "tecnico", sapeva fare molto bene il giornale, ma non era un uomo di presenza. L'Azienda era nelle mani di Agnelli, si stava trasferendo alla Rizzoli, era un momento particolare. La *Gazzetta* era scesa molto nella tiratura, vendeva 180.000 copie al giorno (è sempre stata sopra almeno alle 300.000) e l'Azienda nominò come nuovo direttore Remo Grigliè, formalmente giornalista, ma che in realtà aveva sempre svolto compiti amministrativi alla *Gazzetta del Popolo* di Torino. La redazione salì sulle barricate, e questo direttore venne bersagliato da un'assemblea al giorno. Non sapendo più cosa fare, chiese al nostro Comitato di redazione (Cdr) se l'Italia dovesse andare o meno in Cile per giocare la finale di Coppa Davis. Noi, politicizzati come eravamo all'epoca, dicemmo che non si doveva andare. Gino Palumbo se n'era andato sbattendo la porta dal *Corriere d'Informazione*, nel frattempo la *Gazzetta* era stata comprata dalla Rizzoli e lui non voleva tornare a lavorare per questa azienda. In seguito alle nostre pressioni Palumbo alla fine accettò l'offerta della *Gazzetta*. Arrivò il 3 novembre, fece un bel discorso introduttivo, dicendo a tutti datemi del "tu" (primo Direttore della storia della *Gazzetta*). Spiegò che, da quel giorno, la *Gazzetta* si sarebbe battuta affinché l'Italia di Davis andasse a giocare in Cile. I titoli dovevano cambiare, ed i redattori dovevano scrivere i propri articoli pensando alle persone che non conoscevano lo sport di cui parlava nell'articolo. Ci trovammo a fare il "Chi è" di Pietro Mennea, conosciuto da tutti, con la sua scheda di presentazione. Però aveva ragione lui. La *Gazzetta* divenne il primo quotidiano italiano in assoluto restando tale fino al 1985. Vendeva 100.000 copie al giorno in più del *Corriere della Sera* e di *Repubblica* (700.000 copie al giorno, 1 milione il lunedì).

MARCO SIMONE: La mia è una domanda di carattere organizzativo. Sono un appassionato di basket e, facendo riferimento ai "servizi" che lei ha descritto in precedenza, credo che la pallacanestro sia sottodimensionata. Mi rammarica constatare che al secondo sport nazionale venga concesso poco spazio, a vantaggio di discipline come il ciclismo (seguito solo durante il Giro d'Italia o, al massimo, il Tour de France) e l'ippica. Le notizie di mercato, per esempio il giocatore Ginobili acquistato dalla Kinder, non vengono messe in risalto e la Nazionale, per meritarsi un titolo di prima pagina, deve resistere metà partita contro il *Dream Team*.

REDAELLI: Se arriva Ginobili alla Kinder, magari non avrà il titolo di prima pagina, ma all'interno del giornale trova comunque un adeguato spazio. Se ci fosse un servizio apposito per il basket, dovrebbe essercene uno anche per pallavolo, atletica e tennis. Quindi è meglio accorpare in un unico servizio questi sport, un po' "elastici", nel senso che in alcuni mesi non c'è molto di cui parlare (per esempio luglio per la pallacanestro). Il ciclismo è lo sport della *Gazzetta*, che nasce come giornale di ciclismo. Unisce *Il Ciclista* e *La Tripletta*, due riviste nate nel 1895, e diventa la *Gazzetta dello Sport* il 3 aprile 1896. La nostra prima edizione parte infatti come anno secondo (delle riviste in questione), numero uno (della *Gazzetta*).

La nostra anima ciclistica è testimoniata dal fatto che organizziamo il Giro d'Italia, la Milano-Sanremo e il Giro di Lombardia. Il ciclismo in Italia esiste solo ed esclusivamente per merito della *Gazzetta dello Sport* che organizza le gare. Guadagniamo molti soldi con il Giro d'Italia, li perdiamo con quasi tutte le altre corse. Alla fine il nostro bilancio non è in rosso, però, ad esempio, organizzare la Tirreno-Adriatico è un costo. Ma il ciclismo per noi riveste un'importanza enorme. Non bisogna solo guardare la rilevanza di uno sport: ci sono sicuramente più appassionati di basket che di ciclismo adesso in Italia. Però il ciclismo è uno sport trasversale: il tifoso di basket, quando c'è il Giro, lo guarda il televisione. Inoltre il ciclismo è una disciplina che dà lettori. Non tutti gli appassionati di basket sono lettori, anche quando gli garantisci un'intera pagina, come facciamo noi. Invece gli appassionati di ciclismo sono lettori assidui in una percentuale molto maggiore.

CHERUBINI: Mi limito a commentare che naturalmente con queste risposte del nostro ospite non vogliamo esaurire tutti gli argomenti proposti, e sottolineo come il nostro ospite si limiti a dare la sua opinione su temi che da soli basterebbero ad un intero dibattito.

FAUSTO D'AGATA: Premetto che non sono un appassionato di sport. Ultimamente però ho letto una notizia per me interessante. Un giocatore del Chievo Verona voleva entrare in campo dipinto di nero per protestare contro il razzismo negli stadi. Qual è o quale potrebbe essere l'aspetto sociale del giornalismo sportivo? A mio avviso, una notizia di questo tipo deve avere una certa rilevanza all'interno di un giornale sportivo che è letto da tantissime persone, e che potrebbe anche svolgere una funzione educativa.

REDAELLI: Non vorrei fare dell'autocelebrazione. Però devo dire che le battaglie contro il razzismo e la violenza nello sport (il razzismo è figlio di questa violenza) le abbiamo sempre condotte in prima

fila, pagandone anche lo scotto dal punto di vista economico. Non si vende una copia con questo genere di crociate, ma le facciamo lo stesso. Come la battaglia sul doping. Moralmente è giusto farla. Noi siamo fieri di essere quelli che cercano di "educare" l'appassionato di sport. Se otteniamo qualche risultato ogni tanto ne siamo lieti. Sicuramente diamo sempre grande rilievo alle iniziative del genere di quella che hai citato. Quando c'è stato il problema del presidente del Verona (che non poteva comprare giocatori di colore invisi ai tifosi), con l'intervento pesante del sindaco, la notizia è stata pubblicata in prima pagina. È una battaglia che però non possiamo condurre da soli. È un po' la società attuale che porta a questi episodi. Poi negli stadi e nello sport in generale il razzismo assume una doppia connotazione: deriva dal "tifo contro" che, personalmente, trovo inconcepibile. Non vado più allo stadio perché non sopporto che i tifosi della mia squadra (l'Inter) debbano fare il tifo contro gli avversari invece di sostenere la loro formazione.

ALESSANDRO CORSI: Spesso i giornali sportivi utilizzano termini bellici che possono involontariamente incitare alla violenza. Cosa ne pensa?

REDAELLI: L'utilizzo di termini bellici è insito nel linguaggio del giornalismo sportivo. Però, francamente, che la motivazione di un pestaggio tra due tifoserie sia da ricondurre a questo, mi pare improbabile.

CHERUBINI: Credo che sia qui difficile esprimere un giudizio più completo su un argomento così delicato, ringrazio quindi il nostro ospite per la grande disponibilità con cui accoglie i vostri quesiti. Mi piace comunque che, tra le varie domande, ce ne sia anche una provocatoria di questo tipo, poiché l'interrogativo sollevato ha richiamato il tema della violenza nello sport e nelle tifoserie che è sempre più spesso drammaticamente attuale.

NICOLA VASAI: Nella sua trattazione ha nominato più volte l'Azienda. Nella riunione delle 11.30 l'Azienda impone determinate direttive ai giornalisti o lascia un'assoluta libertà di giudizio? Lo chiedo perché nei quotidiani generici certe pressioni sono o possono essere normali, ma volevo sapere se esistono anche nell'ambito del giornalismo sportivo.

REDAELLI: Non posso rispondere per quello che riguarda il *Corriere della Sera*, perché non lo so. Non voglio nascondere qualcosa, semplicemente non lo so. È chiaro che si tratta di un giornale che ha altri

interessi, ed è per questo molto più importante per l'Azienda. Noi siamo piuttosto un veicolo commerciale. Al di là delle decisioni sui cambi di direzione, in 30 anni di *Gazzetta dello Sport* non ho mai avuto la sensazione di essere obbligato a fare qualcosa per interessi aziendali. Questo credo derivi essenzialmente dal fatto che ho sempre avuto direttori con una personalità talmente forte da poter "mettere a posto" l'Azienda. È chiaro che è più facile farlo quando porti 71 miliardi di utile ogni anno, sei il terzo giornale d'Italia e la pubblicità è aumentata del 68% negli ultimi tre anni. Però, obiettivamente, abbiamo sempre avuto direttori, e in questo Candido Cannavò è il *recordman* assoluto, che evitavano di trasmetterci le eventuali pressioni della proprietà. Quando abbiamo fatto saltar fuori per la prima volta lo scandalo doping (1978), un senatore a vita molto famoso in Italia e vicino allo sport intervenne con un'amichevole telefonata al direttore, premendo affinché la *Gazzetta* smettesse di utilizzare il tono pesante che stava adottando nei confronti di Primo Nebiolo, fraterno amico di Cannavò, che era bersagliato perché la sua Federazione era al centro dello scandalo (Nebiolo poi si dimise). Cannavò rimase in ottimi rapporti con Nebiolo, ma questo non gli impedì di attaccarlo sulla *Gazzetta*. Inoltre il direttore mandò a quel paese il suddetto senatore. Questa vicenda non ci venne comunicata subito, la scoprimmo tre anni dopo quando Cannavò ce la raccontò a cena. Non aveva voluto trasferire su di noi le pressioni che arrivavano dall'alto, perché il nostro lavoro poteva risentirne. Non voleva che ci censurassimo.

LUCA BARBONI: Sono uno dei lettori della *Gazzetta* su Internet. Per motivi di tempo e anche di denaro. Con un'ora di navigazione posso leggere più giornali. In che cosa la redazione di Internet si differenzia da quella del giornale cartaceo? Si lavora *on line* a ciclo continuo per aggiornare le notizie o esiste una chiusura ad una certa ora?

REDAELLI: Anche la redazione di Internet chiude intorno all'1.00 di notte. Però loro sono in grado di aggiornare in tempo reale le pagine *on line*. Come struttura riproducono, in piccolo, quella della redazione cartacea. C'è chi si occupa di calcio, chi di ciclismo, chi di motori ecc.. Sono un po' più trasversali, perché essendo solo in 18, devono supplire a ferie, malattie e servizi da inviato. Lavorano in piena autonomia, l'unico caso in cui c'è un contatto diretto si verifica quando ci si imbatte in una notizia ottenuta in esclusiva. Se diffondi su Internet alle 19.00 la notizia che l'Inter ha ceduto Vieri alla Roma, vuol dire darla anche a tutti gli altri giornali. Questo si evita.

Rossella Castelnuovo

IL GIORNALISMO SCIENTIFICO

CHERUBINI: Nell’ambito del giornalismo settoriale, un ruolo assai particolare e rilevante lo riveste in tale ambito senza dubbio il giornalismo scientifico, di cui oggi ci parlerà Rossella Castelnuovo, vicedirettore del periodico *Farmacia TrentaTré*.

La nostra ospite ha una rigorosa formazione culturale e professionale – con esperienze di ricerca presso importanti Centri ed Istituti, una lunga collaborazione a periodici e riviste specialistiche, una vasta partecipazione a Convegni di e sul giornalismo scientifico. Infine, è anche docente in uno dei Corsi di studio più importanti in questo settore, il “Master in comunicazione della scienza” presso la Sissa, la Scuola internazionale di studi avanzati di Trieste.

Il giornalismo scientifico nasce dalla antica esigenza di diffondere il sapere delle scienze, di raccontare e divulgare la scienza. Si tratta di un percorso che ormai è stato in gran parte ricostruito in sede storiografica, con particolare riferimento al consolidamento del giornalismo medico scientifico: secondo le fonti della International Society of History of Medicine, il primo esempio può essere individuato nell’Inghilterra del XVII secolo, quando nel 1684 venne pubblicato, con titolo latino, il periodico *Medicina curiosa*, dedicato allo sviluppo delle conoscenze mediche.

In seguito, il filone si è continuamente arricchito di contributi e componenti, fino a diventare sempre più complesso ed articolato. Riprendendo le parole di un recente contributo su questi temi¹⁴ negli ultimi anni, da un lato si è registrata una sempre maggiore specializzazione della ricerca scientifica, che oltre ad allontanare ulteriormente il linguaggio scientifico da quello quotidiano, ha parallelamente reso ancor più difficile allo scienziato “raccontare” la scienza. D’altro lato, “il rapido sviluppo tecnologico – che proprio sul sapere scientifico è basato – ha così profondamente influenzato la società civile, da modificare i canoni di vita dell’uomo”.

¹⁴ A. Musajo Somma, *La divulgazione medico-scientifica. Il Terzo Uomo*, editoriale n. 43, sito web della “Informazione sanitaria in Puglia”, www.tuttosanita.it, novembre 1999.

È evidente che tutto ciò rende ancora più importante una corretta informazione scientifica, anche in conseguenza di quel processo di globalizzazione, a causa del quale ogni singolo cittadino ed ogni singola comunità locale si trovano a fronteggiare – e quindi a voler conoscere – fenomeni nuovi e generalizzati che interferiscono con la vita quotidiana, da quello generale dell'inquinamento ambientale, a quelli più recenti della "mucca pazza" o dell'elettrosmog.

Ciò spiega dunque l'interesse del nostro incontro; è quindi per me doveroso ricordare che esso è nato dalla preziosa collaborazione che mi è stata offerta dalla Dottoressa Antonella Castelnuovo, studiosa e docente di pedagogia e di integrazione inter-culturale – che con la nostra Facoltà, il nostro Dipartimento, e in particolare con la Cattedra di Sociologia, ha già da tempo uno stretto legame. Senza la sua intermediazione – di concerto con quella del Professor Renzo Castelnuovo che insegna Economia monetaria nella nostra Facoltà – l'iniziativa di oggi non sarebbe stata possibile.

CASTELNUOVO: Per parlare della mia formazione, vi dico subito che ho frequentato il Liceo classico. E a quell'epoca – sul finire degli anni '60 – scegliere il Liceo praticamente voleva dire scegliere il classico o lo scientifico, poiché non c'era la proliferazione di scuole che c'è oggi. La scelta comunque non era indifferente, perché dal Liceo classico si poteva accedere a qualsiasi Facoltà, mentre dallo scientifico era interdetto l'accesso alle Facoltà umanistiche. Allora, già questo spiega una caratteristica che almeno fino a poco tempo fa era radicata nel sistema educativo italiano, secondo cui chi fa studi umanistici ha la possibilità, l'apertura, la competenza per occuparsi di tutto, mentre chi fa studi scientifici ha "una marcia in meno".

E poiché il Liceo si sceglie a 14 anni, io scelsi quello che apriva più strade possibili e mi iscrissi al classico. Quindi, non perché mi interessava occuparmi di poesia o di letteratura o di storia ma perché era la strada più aperta possibile. Scelsi poi la Facoltà di Scienze naturali e anche qui probabilmente i fattori che mi hanno influenzato erano di due ordini.

In primo luogo, non essendoci una forte cultura scientifica in Italia, non erano forti neanche le informazioni su questo mondo e io non sapevo esattamente cosa facesse uno che si occupava di fisica, di chimica. Allora, ancora una volta scelsi la strada più ampia possibile, cioè la Laurea in Scienze naturali; un corso che mi ha permesso di studiare materie diverse – geologia, biologia, etnologia, antropologia....- tutte seguite con una grande passione.

Il mio sogno era quello di fare la ricerca sul campo, in natura e non solo in laboratorio, per studiare le relazioni fra tutte le componenti di quello che chiamiamo "ambiente": rocce, animali, pian-

te... Studiare, in sostanza quella che poi è diventata l'ecologia. Ma era troppo presto. Allora questo insegnamento universitario non esisteva. Era solo argomento di ricerca.

Trovai comunque una strada all'Istituto superiore di Sanità di Roma: il massimo organo tecnico dello Stato che si occupa della nostra salute, sia sul piano dell'assistenza che su quello della ricerca scientifica.

All'Istituto Superiore di Sanità vinsi una borsa di studio in microbiologia delle acque. Microbiologia delle acque vuol dire studiare i microrganismi che vivono nelle acque, sia dolci che salate, e ricavare dalla loro presenza indici di qualità dell'ambiente, stato dell'inquinamento ed eventuali rischi per la salute umana.

Facevo questo lavoro anche nel '73, quando ci fu l'ondata di colera in Italia. Quindi ho potuto fare un'esperienza cruciale su questa epidemia che si trasmette attraverso le acque inquinate: bevendo o mangiando, per esempio, molluschi, cozze, vongole che siano cresciute in acque inquinate dal vibrione, il microrganismo responsabile della malattia.

Mi occupavo allora anche della prima rilevazione sull'inquinamento del Tevere. Attività che oggi sono molto diffuse, ma che allora si facevano per la prima volta.

Cosa mi colpì in quegli anni e in quel lavoro? Mi colpì il fatto che se io mi occupavo dei microrganismi del Tevere o del vibrione del colera non era detto che venissi automaticamente in contatto con i medici che si occupavano del problema, né con i geologi che si occupavano del bacino del Tevere. Che i vari saperi, erano sempre molto divisi, specialistici. Più erano approfonditi e più erano isolati. Questo non mi soddisfaceva completamente. E una sensazione analoga l'ho avuta anche quando ho fatto altre esperienze, come quella della genetica medica all'Università La Sapienza di Roma, dove mi sono occupata di DNA e di genoma umano molto prima che questi temi conquistassero un titolo in prima pagina. Allora – parliamo dei primi anni Settanta – il rapporto fra ricercatori e giornalisti non era stretto come oggi.

Ho quindi affrontato argomenti tutti affascinanti e importanti sia culturalmente che nelle applicazioni pratiche. Ma avevo sempre la sensazione che fossero "troppo limitati". Covavo, evidentemente, una curiosità diversa da quella delle persone di scienza in senso stretto. Una curiosità da giornalista che si occupa di tante cose e che cerca una relazione tra tutte queste cose, piuttosto che approfondirne solo una. Un interesse "orizzontale", che attraversa tanti ambiti, piuttosto che "verticale", che va in profondità.

Come avvenne dunque il passaggio dai laboratori che ho frequentato per una dozzina d'anni alle redazioni in cui tutt'ora lavoro? Per

caso, in verità. Su invito di amici giornalisti di *Paese Sera* – una gloriosa testata ora chiusa, primo giornale in Italia ad avere una pagina della scienza diretta da Giorgio Tecce che è stato preside della Facoltà di Scienze e Rettore dell'Università la Sapienza di Roma per tanti anni. Questi amici di *Paese Sera* mi chiesero «una mano perché a volte accadono delle cose mediche e scientifiche su cui non riusciamo proprio a muoverci». L'occasione si presentò nel '78 con la nascita di sei gemelli a Firenze e scrissi così il mio primo articolo.

Mentre lavoravo per *Paese Sera* ho cominciato a collaborare – rapidamente devo dire – con altre testate perché questa figura del giornalista scientifico era molto rara e si trovava lavoro con una certa facilità. Anche se sempre con la percezione di essere considerata dagli altri giornalisti come qualcuno di “strano”.

CHERUBINI: In effetti è comprensibile questa difficoltà di piena integrazione di un giornalista scientifico con le redazioni della stampa “generalista”, proprio in riferimento a quella distinzione tra cultura umanistica e scientifica che prima è stata ricordata. Invece, parlando della stampa scientifica, vorrei chiedere alla nostra ospite di illustrarci il suo lavoro attuale, in particolare in cosa consiste il compito di vicedirettore, e soprattutto quali sono i canali di aggiornamento del giornalista scientifico.

CASTELNUOVO: Nel mio caso, il lavoro di vicedirettore vuol dire sostanzialmente, come per qualsiasi giornale, sapere quali sono i temi più attuali, trovare notizie e sceglierle fra le tante che arrivano nelle redazioni attraverso gli Uffici stampa. È poi necessario dare una priorità, e questo non è un compito del tutto elementare. Del resto credo che questo sia un problema per tutti i giornalisti, nei fatti di politica, di cronaca, di politica estera. Non è semplice né automatico decidere se è più importante la dichiarazione del segretario dell'ONU piuttosto che quella del cinese che tiene i militari americani prigionieri in quel momento, o un attentato in Medio Oriente.

Nel campo scientifico che cosa succede? Voi sapete che nel campo scientifico c'è stata un'esplosione di lavoro e di produzione spaventosa: si calcola che negli ultimi 15 anni il numero dei ricercatori nel mondo sia raddoppiato. Sono migliaia di persone che ogni giorno lavorano “in verticale”, per usare questa immagine di approfondimento e di concentrazione su un problema, e che producono una enorme quantità di lavori. Le riviste scientifiche in circolazione nel mondo sono circa centomila, di cui duemila quelle che contano. Il lavoro di sfogliare, non sfogliare, scorrere un articolo, vedere l'inizio di un saggio, è veramente complesso. Si cerca quindi di concentrare l'attenzione su poche testate importanti, scorrendo i sommari.

Questo, per una persona che fa ricerca è assolutamente ovvio e scontato; mentre nei giornali è un'abitudine relativamente recente, favorita dal fatto che queste stesse testate principali inviano regolarmente comunicati stampa all'uscita di ogni nuovo numero. Per questo, come potrete verificare voi stessi, molto spesso le notizie riprese dai giornali vengono o da *Nature* o da *Science*, ovvero le due riviste di scienze più importanti e generaliste (si occupano di tutte le scienze), mentre per la medicina sono soprattutto *Lancet* e *New England Journal of Medicine*. Queste dominano l'informazione scientifica e sono le più autorevoli, come viene ripetuto a ogni citazione.

Perché si scrive l'"autorevole" *Science*? Perché i lettori non hanno confidenza con questi temi e con le riviste che ne trattano. E qui torniamo al discorso del Liceo classico. Il giornalista scientifico quando scrive deve sempre ricominciare un po' da zero nel rivolgersi ai lettori, ed è obbligato a dare legittimità alla propria fonte. Dire che una notizia l'ha scritta il *New York Times* non ha bisogno di un inciso perché il *New York Times* lo conoscono tutti o la *Pravda* la conoscono tutti ecc. Quindi per gli altri giornalisti la fonte è immediatamente identificata, e naturalmente la fonte è cruciale per interpretare la notizia, per sapere se è vera o no, per accertarne il livello di credibilità. E allora "l'autorevole *Science*" e "l'autorevole *Nature*" sono ormai abbastanza conosciuti, però nel nostro campo è sempre preferibile riferirsi ad una rivista sottolineando che si tratta di una fonte appunto autorevole.

Anche l'aggiornamento si fa scorrendo queste riviste. Ma va comunque tenuto presente che c'è una discreta distanza tra quello che avviene nei laboratori e quello che avviene nella nostra vita quotidiana. Le due cose ovviamente sono legate. Però c'è una distanza nel livello di conoscenza, nel livello di comprensione e nel livello di comunicazione. Allora succede che trasferire queste informazioni non significa soltanto fare una traduzione linguistica, ma spiegare anche concetti complessi.

Comunicare ad un pubblico di non addetti ai lavori notizie riguardanti la genetica (DNA-Genoma – Transgenico – clonazione) o piuttosto malattie neurodegenerative quali la "mucca pazza" di cui non si conosce tutt'ora l'origine esatta, comporta tre gradi di difficoltà : la conoscenza della materia di cui si parla, la valutazione dei problemi che si vanno sollevando e la comunicazione dei concetti che sono alla base della notizia.

Per aiutarsi i giornalisti scientifici fanno spesso uso di metafore, come, per esempio, il "codice della vita" per il Dna.

Il caso della "mucca pazza" è esemplare: è un problema che ha molto dello scientifico e molto dell'economico e questi due livelli sono stati confusi, secondo me, in una maniera inquietante perché la pressione delle fonti, la pressione sulla stampa dei gruppi d'interesse, è

stato tale che non si è avuta la possibilità di far capire che cosa succedeva. I politici hanno dovuto comunque prendere delle decisioni, nonostante la mancanza di dati sostanziali sul piano scientifico e nonostante il rumore della stampa.

In casi difficili come questo alla scienza viene chiesto di dare risposte sicure, certezze, punti di riferimento. Ma non è questo il compito della scienza. La parola scienza vuol dire conoscere, ma per conoscere un problema è necessario del tempo, un po' di fortuna, tanta dedizione e....dopo tutto questo non è detto che si ottengano risposte semplici e chiare, buone per ogni situazione.

Quindi riflettiamo su come sia difficile riportare sui giornali notizie di questo tipo, che riguardano due aspetti chiave della nostra vita – l'alimentazione e l'economia – ma su cui si conosce poco.

Nella storia di mucca pazza, per esempio, viene fuori una nuova entità biologica, il prione, considerato il vettore responsabile della malattia, ma di natura finora sconosciuta: non è infatti né un batterio, né un virus ed è una novità assoluta nel campo delle malattie infettive. Un'incertezza che è "normale" per le persone che si occupano di scienza, ma che è molto inquietante per chi pensa che la scienza sia una fonte di verità, mentre la scienza è un processo in continua evoluzione e revisione.

A questo si accompagna inoltre un altro equivoco: quello per cui la scienza deve "servire a qualcosa", deve migliorare la nostra vita.

L'opinione comune a molte persone suggerisce una dicotomia tra il mondo scientifico e quello letterario nel senso che un letterato che si diletta di poesia esercita una attività creativa che richiede fantasia, libera la mente e l'anima e può spaziare all'infinito senza vincoli; uno scienziato è invece obbligato a usare la ragione e nello svolgere la sua attività non può oltrepassare i limiti imposti dalla concretezza della materia. Invece niente è più lontano dalla realtà: basti pensare alla storia di Rita Levi-Montalcini e della sorella gemella che era pittrice. La prima, vincitrice del Nobel, ha passato la sua vita a studiare il sistema nervoso, arrivando a scoprire 30-40 anni fa il NGF, il fattore di crescita delle cellule nervose, sulla base – come ha dichiarato la stessa scienziata – di una fantasia creativa per nulla dissimile da quella che ispirava i quadri della sorella. Un'intuizione rivoluzionaria, poiché all'epoca della sua scoperta l'idea che permeava il mondo scientifico sul sistema nervoso era che questo fosse statico, immutabile e non rigenerabile, mentre le sue osservazioni dimostrarono il contrario: il nostro cervello è una struttura plastica e mutevole. Un cambiamento di filosofia, dunque, più che una nuova applicazione pratica, ma che ha aperto la strada a nuove conoscenze anche "utili".

Nei giornali, viceversa, si ha fretta di presentare le novità scientifiche solo in chiave tecnologica e quasi mai come passaggio in una

nuova fase della visione del mondo. Avviene, piuttosto, che ci accorgiamo che molto è cambiato nel nostro modo di pensare o di comportarci “dopo” che i nuovi oggetti – e non le idee – prodotti dalla ricerca scientifica sono entrati nell’uso (si pensi ai computer, ai telefonini, ai viaggi spaziali..). Attualmente, inoltre, l’intervallo di tempo che intercorre tra una scoperta e la sua applicazione pratica si è ridotto di molto, mentre in passato erano intervalli lunghissimi. Basti pensare che la scoperta dei meccanismi che regolano la fecondazione e la riproduzione umana furono scoperti nel '600, ma che la prima pillola contraccettiva non apparve che una cinquantina di anni fa: tre secoli dopo!

Anche questa accelerazione nel passaggio dalla fase dello studio alla fase dell’applicazione delle nuove conoscenze scientifiche ha un peso significativo nella nostra percezione degli argomenti di scienza e nella rappresentazione che ne danno i *media*. Una percezione di grande potenza, innanzitutto, che, se da un lato ci ha fatto conquistare benessere, ha anche indotto sentimenti di incertezza e di sospetto. Viviamo nel paradosso per cui più siamo sani, longevi, ben nutriti e curati più cresce l’ansia e la necessità di conferme e sicurezze. Una richiesta, questa, cui i *media* sentono di dover rispondere – non sempre a proposito, per la verità – salvo perdere copie e popolarità.

Coniugare correttezza scientifica e comunicazione è dunque la sfida di ogni giornalista scientifico, specialmente su temi di grande impatto emotivo quali la già citata mucca pazza, l’elettrosmog o i cambiamenti climatici. Problemi complessi, influenzati da un numero così alto di variabili da mettere in difficoltà anche le capacità di elaborazione dei computer. Come si capisce facilmente se solo si prova a fare l’elenco di fattori che agiscono sul clima: umidità, insolazione, esposizione, altitudine, presenza umana, attività solare, correnti oceaniche... Tutte variabili complesse che rendono difficile la trattazione in termini di risposte del tipo vero o falso ovvero giusto o sbagliato.

Guardiamo al caso sollevato dagli alimenti transgenici: sono pericolosi per l’ambiente e per l’uomo? A breve termine sicuramente non hanno effetti negativi sulla salute. Ma a lungo termine, sull’ambiente, nessuno lo può sapere. Se riflettiamo sull’impatto ambientale del passaggio da un’economia legata al nomadismo a quella stanziale in epoca preistorica, vale a dire all’invenzione dell’agricoltura, vediamo che anche allora l’uomo ha causato delle vere e proprie rivoluzioni ambientali, disturbando pesantemente l’ecosistema terrestre e creando i presupposti per la formazione di tanti deserti.

Gli alimenti transgenici potrebbero rappresentare la seconda grande rivoluzione nel modo di concepire l’agricoltura: sarebbe meglio andare avanti o fermare tutto? Parlare di questo, nei *media*, non è evidentemente facile né banale. Ma va comunque fatto.

CHERUBINI: Per tornare al tema dell'aggiornamento del giornalista scientifico, vorrei chiedere alla nostra ospite di darci un'idea della sua giornata di lavoro, del modo in cui funziona la sua redazione.

CASTELNUOVO: Riprendendo quanto detto in precedenza, svolgere il lavoro di vicedirettore significa orientarsi nel vasto panorama di novità che arrivano da tutto il mondo scientifico, tenendo conto degli interessi prevalenti dei lettori. Anche il giornalismo scientifico si adatta bene quella teoria dell'“agenda setting” per cui i grandi giornali tendono a lanciare temi che richiamano l'attenzione, ma poi li abbandonano. Incidono, quindi, più sul “sentire” che sul “capire” dei lettori/ascoltatori, ma hanno un forte effetto di trascinamento gli uni sugli altri.

Accade, insomma, che se di una cosa si parla – anche se con enfasi eccessiva rispetto alla realtà – i direttori di tutti i *media* tendono a trattare anche loro lo stesso tema, perché si ritiene “che di quello tutti parlano” in quel momento. E che tutti di quello vogliano continuare a parlare.

Personalmente, però, preferisco selezionare l'argomento che ritengo degno di nota anche se lo “starsystem” dei giornali non lo considera importante in quel momento. È il caso dell'articolo sugli infortuni sul lavoro per cui ho vinto un premio nel '99. Circa 8 mila morti all'anno e centinaia di handicappati per incidenti sul lavoro di cui poco o nulla si parla, mentre ci preoccupiamo assai di soia geneticamente manipolata o di elettrosmog che non solo non hanno mai fatto un morto, ma neanche un malato.

O l'altra questione della fecondazione assistita che i *media* trattano, generalmente, solo in occasione di eventi estremi – “mammanonne”, “uteri in affitto”... – mentre si tratta di tecniche delicate e costose.

Un'inchiesta che abbiamo pubblicato su *Farmacia TrentaTré* ha invece messo in evidenza due fatti fondamentali e gravi: migliaia di coppie le usano, ma manca una legge che ne tuteli la salute e la sicurezza. Abbiamo inoltre calcolato che una coppia che ha il problema di avere figli deve affrontare in media una spesa di una quarantina di milioni e in media un paio di anni di frequentazione di laboratori di analisi, di interventi medici e cose di questo genere con la probabilità del 2-3 per cento di successo. Allora, se il bambino nasce per i giornali è una bella storia da raccontare. Ma le sette-otto coppie su dieci che non arrivano al traguardo non si vedono. E questo stravolge la realtà.

Quindi il vicedirettore deve saper scegliere l'argomento giusto e decidere quale aspetto privilegiare (quello che si dice “il taglio” dell'articolo che, nel caso della fecondazione assistita, era l'aspetto della sicurezza, e non quello della bioetica, per esempio). Deve inoltre con-

trollare che il giornalista incaricato di scrivere l'articolo abbia consultato tutte le fonti più importanti: riviste scientifiche, dicevamo, ma anche istituzioni ed esperti.

Questi ultimi sono importantissimi perché solo lavorando direttamente in un settore se ne conoscono i veri problemi e non basta, per questo, leggere solo buoni libri o buoni articoli scientifici. Purtroppo, però, non è facile trovare persone che siano nello stesso tempo competenti e capaci di comunicare o rispondere in modo sintetico a un'intervista. Per questo, quando si trova chi lo sa fare, i giornalisti "si affezionano" e finiscono per chiamare sempre gli stessi personaggi. Personaggi ormai popolari come il neuropsichiatra Paolo Crepet, per esempio, o la stessa Rita Levi Montalcini, buoni per tutte le occasioni, anche quando si parla di argomenti di cui non sono veri esperti. Persone disponibili, soprattutto, che danno il numero del telefonino e non ti dicono mai di no, neppure quando stanno in vacanza.

CHERUBINI: Vorrei chiedere alla nostra ospite di parlarci della sua esperienza al "Master in comunicazione della scienza" presso la Sissa, la Scuola internazionale di studi avanzati di Trieste, con particolare riferimento al tipo di studenti che lo frequentano.

CASTELNUOVO: Il Master della Sissa nasce da un laboratorio interdisciplinare al quale partecipano sia scienziati che umanisti, tra i quali lo scrittore Lucio Magris. Vicino alla Sissa, sia fisicamente che culturalmente, c'è anche l'Istituto di fisica teorica che è stato diretto dal Nobel pakistano Abdus Salam, morto qualche anno fa e sostituito dall'argentino Manuel Virasoro.

In questo contesto il fisico Stefano Fantoni e il giornalista di *Repubblica* Franco Pratico hanno ideato, una decina d'anni fa, il Master di comunicazione della scienza, aprendolo ai laureati di tutte le discipline, non solo scientifiche. Si accede per titoli ed esami, con una prova scritta e un colloquio. Gli iscritti sono 15 per anno ed il corso di studi è costituito da un biennio in cui i ragazzi lavorano su alcune materie insieme e su altre separatamente. Ci sono dei corsi riguardanti materie cosiddette istituzionali in cui vengono insegnate sia la tecnica giornalistica sia le materie scientifiche. L'insegnamento è attivato per dieci giorni al mese per evitare che gli studenti provenienti da tutte le parti d'Italia si debbano trasferire a Trieste e in questi dieci giorni vengono tenuti corsi istituzionali. Due giorni vengono dedicati alle esercitazioni, che consistono nel produrre un giornale, un giornale *on line*, oppure un programma radio che vengono poi messi in circolazione.

Una fonte di formazione e aggiornamento importante per tutti è l'approfondimento di un tema in seminari *ad hoc*, con relatori spe-

cialisti esterni, su argomenti particolarmente cruciali per chi vorrà occuparsi di giornalismo scientifico: le biotecnologie, per esempio, o il clima, i terremoti, l'acqua, che ho curato di recente: oggi la chiamano “oro blu”, perché è la risorsa chiave per la vita e lo sviluppo di qualsiasi essere vivente su questo pianeta.

Per capire cosa significhi per un giornalista approfondire un argomento del genere si può fare un esempio, partendo dal fatto che una delle caratteristiche principali dell'acqua è che sulla Terra questa si trova contemporaneamente in tutti e tre gli stati di aggregazione: solido, liquido e gassoso. Mentre sugli altri pianeti finora studiati non solo non è chiaro se vi sia, ma se pure c'è è presente in uno solo degli stati di aggregazione (ghiaccio, per esempio). Da cui si deduce come lo sviluppo della vita così come la conosciamo è stato possibile solo sulla Terra. Questo, che sembra una curiosità per addetti ai lavori, diventa invece importante da sapere per un giornalista alle prese con le notizie date riguardo a Marte, per esempio. Infatti la notizia del ritrovamento di acqua su altri pianeti del sistema solare, data sui giornali senza questa spiegazione stravolge la realtà. E fa pensare che veramente lassù ci sia o ci sia stata qualche forma di vita (il che non è escluso, ma non per questi vaghi ritrovamenti).

CHERUBINI: Quali sono – secondo la nostra ospite – le reazioni del pubblico in relazione al fatto che si parla sempre più spesso di questioni legate alla scienza? Vi è stata indubbiamente un'evoluzione nella professione e nel lavoro del giornalista scientifico. Oggi c'è un pubblico che è bombardato da notizie o *scoop* su argomenti scientifici. Come è cambiato nel tempo il pubblico dei lettori, come reagisce oggi, e come si adatta il giornalista scientifico a queste reazioni?

CASTELNUOVO: Come in tutte le cose vi sono aspetti positivi e negativi. Si potrebbe fare un elenco di pregi e di difetti, ma sceglimone uno per le due categorie per semplificare. Un grande pregio è che finalmente è iniziato, spero, un periodo di maggiore confidenza tra il mondo della scienza e il pubblico. Un passo avanti in modo che la cultura scientifica non sia una cosa a parte, che non sia trattata soltanto nelle pagine della scienza, che sia percepita non solo perché è utile, ma anche culturalmente come qualcosa che fa parte della nostra vita, del nostro modo di pensare e di stare al mondo. Più se ne parla, più si prende confidenza, meno fa paura.

Il difetto qual è? Siccome quello scientifico è un sapere complesso – e su questo non c'è niente da fare – succede che si fa fatica a leggerli questi articoli, si fa fatica a capirli, si fa fatica a scriverli e allora ci può essere anche una difesa istintiva e un allontanamento: “non mi vogliono dire la verità”, “tanto non ci capisce niente nessuno” e così

via. Inconsciamente si prende verso la scienza un atteggiamento come verso una religione o un Dio onnipotente che è o molto buono – ci fa vivere a lungo, ci dà l'automobile, l'aereo, la tv... - oppure molto cattivo – origine di guai come l'inquinamento, Cernobyl, eccetera eccetera. Il problema principale, gravissimo, nei *media*, è che questa dicotomia è piuttosto diffusa e scarseggiano gli strumenti critici per smussare le esagerazioni.

La vicenda Di Bella ne è stato un esempio clamoroso e drammatico. Nonostante che a livello scientifico fosse chiaro l'atteggiamento da tenere (non c'era nessuna prova né indizio dell'efficacia della cura) politica e *media* l'hanno fatta esplodere e quando un giornalista semplicemente bene informato obiettò, in una riunione di redazione, che si stava lavorando su un problema falso e deformato, il direttore gli rispose di “non ammazzare la notizia con la verità”.

CHERUBINI: Fin qui si è parlato del giornalismo scientifico con riferimento ai periodici specializzati. Però teniamo presente che molte collaborazioni della nostra ospite sono con quotidiani generici, all'interno dei quali c'è sempre maggiore spazio per questo settore. Quali possono essere i vantaggi e gli svantaggi di una professione che per molti aspetti è nuova, e come si inserisce il giornalista scientifico nelle redazioni dei quotidiani e della stampa non di settore?

CASTELNUOVO: Direi che il giornalista scientifico non gode di molta considerazione poiché si occupa spesso di argomenti distanti dalla gente e dal senso comune. E perché, se è bravo e onesto, non sempre dà la risposta che l'opinione pubblica si aspetta. Per tornare al problema degli OGM, se la gente ha diffidenza verso questi alimenti e trova un giornalista che invece sostiene che non c'è motivo di avversarne l'uso, questi non riceverà manifestazioni di stima e simpatia. Giornali qualificati come il *Corriere della Sera*, la *Repubblica*, la *Stampa* che dedicano regolarmente spazio a ottime rubriche scientifiche, quando c'è una notizia importante, nonostante le loro redazioni si avvalgano di collaboratori ed esperti qualificati, mandano il cronista perché dello scienziato non ci si fida, mentre il cronista rappresenta una persona “pura” che può affrontare i grandi temi della scienza, “dalla parte dei lettori”.

Quindi, mentre nelle redazioni di sport c'è un esperto di calcio, uno di basket, uno di automobilismo, uno di atletica, uno di olimpiadi e tutti hanno il loro spazio, sono conosciuti e specializzati, sono intoccabili, e soprattutto scrivono tutti i giorni il loro articolo, per le scienze le cose vanno diversamente: non ci sono molti redattori scientifici e quei pochi devono fare da “tuttologi”. Per esempio Franco Foresta Martin del *Corriere della Sera*, che è una grossa firma, è un geologo ma

si occupa anche di medicina, di spazio, di qualunque altra cosa oltre che di geologia. Un altro esempio è Piero Bianucci della *Stampa*. E per tornare all'esempio del caso Di Bella, vedrete che, anche su questi giornali, essendo un fatto da prima pagina, è stato affidato a cronisti generici e al commento di filosofi e politologi, nonostante i numerosi esperti a disposizione.

I direttori stessi, probabilmente, preferiscono avere a che fare con persone che parlano il loro stesso linguaggio, piuttosto che fare lo sforzo di capire o delegare.

Un giornalista scientifico incontra quindi grandi difficoltà nel farsi ascoltare, anche perché è tipico della scienza infrangere anche tanti luoghi comuni e tante false certezze (la vitamina C previene il raffreddore, e via dicendo).

Nello stesso tempo, però, questo mestiere rappresenta una sfida affascinante perché si ha la possibilità di intervistare, conoscere e far conoscere personaggi interessanti come Rita Levi-Montalcini o tanti altri che si occupano di ricerche all'avanguardia e quindi di assorbire il meglio della cultura.

Domande:

TOMMASO BRUNETTI: Vorrei parlare degli OGM. Secondo me, almeno per quello che ho capito, in questo ambito si è avuta una ulteriore accelerazione di un processo che c'è sempre stato in agricoltura, quello degli ibridi, degli incroci. Mentre con gli ibridi si avevano ormai più generazioni del prodotto, adesso il processo è enormemente accelerato senza avere prima visto le reazioni nella realtà, le effettive conseguenze sugli organismi e quindi sulle persone. A mio modo di vedere, non si può affatto avere un'idea della reazione che questo processo avrà sugli organismi, non tanto nel breve periodo, come ha detto lei, quanto nel lungo periodo. Quindi, onestamente, io non mi fido degli OGM e non so in base a che cosa, Lei, che ne sa sicuramente più di me, dice di fidarci.

CASTELNUOVO: Intanto complimenti perché la visione che lei ha è già abbastanza strutturata e abbastanza corretta. E la risposta è quello che dicevo prima e cioè che la scienza non risponde: è buono o cattivo; non risponde: sicuro o nocivo, non risponde sì-no. Risponde caso per caso e risponde nel tempo, in base alle conoscenze e ai metodi di studio del momento. Nella storia degli OGM pochi ricordano che nel 1975, furono scoperti gli enzimi di restrizione, ovvero strumenti della biologia molecolare che permettono di combinare il DNA e quindi costruire queste specie vegetali secondo quello che si vuole. Allora

furono i ricercatori stessi che si riunirono in una famosa conferenza ad Asilomar, in California, chiedendosi se si sarebbero dovuti fermare un momento a riflettere, se non stessero facendo qualcosa di rischioso per gli uomini e l'ambiente. Ricalcando, in qualche modo, il dibattito che c'era stato ai tempi della bomba atomica, una sorta di "peccato originale" della scienza moderna. Per cui loro si sono chiesti se non stessero costruendo un "bommetta biologica" attraverso questa capacità di manipolare i viventi. E uscirono da questa riunione di Asilomar dandosi un periodo di moratoria. Dicendo "aspettiamo, facciamo altre ricerche prima di decidere se e come andare avanti". E in quella occasione lavorarono e decisero che non c'erano aspetti inquietanti, che non c'erano dei rischi, che non stavano facendo qualcosa di pericoloso per nessuno.

Nello stesso tempo questa accelerazione, come lei diceva giustamente, non dà abbastanza tempo per "metabolizzare" i problemi, soprattutto a livello dell'opinione pubblica cui la comunità scientifica ha comunicato poco.

È comunque la prima volta nella storia che i ricercatori sono chiamati in causa così direttamente dal pubblico. E questo, secondo me, è un grande pregio.

La comunità scientifica, nel bene o nel male, è andata avanti per fatti suoi nella storia dell'uomo. La ricerca e la cultura scientifica è rimasta élitaria, un sapere riservato a pochi. Mentre oggi – grazie anche al dilagare dei *media* – il sapere non può più rimanere chiuso nei laboratori e si è passati dalla scienza accademica al cosiddetto "modello partecipativo della scienza". Un cambiamento molto visibile in medicina. Non si va più dal medico chiedendo "cosa devo fare", ma si va dal medico per prendere decisioni insieme: "vorrei fare questo, non vorrei fare questo". Anche perché proprio il progresso scientifico di questo secolo ha moltiplicato le possibilità di cura e prevenzione delle malattie.

Tornando agli OGM dobbiamo dire che si tratta di un campo molto vasto ed è come decidere se si è "pro o contro le automobili": se vado a vedere le statistiche sugli incidenti, sono contro evidentemente, però se vedo quello che hanno portato in termini di mobilità e comunicazione....sono pro.

Allora un altro concetto chiave nell'avvicinarsi alle nuove tecnologie è quello di ricordarsi che sono mezzi, strumenti e che come i coltelli da cucina, si possono usare in mille modi. Un coltello bisogna conoscerlo, bisogna sapere che la lama è affilata da una parte piuttosto che dall'altra per non farsi male. Insomma, ci vuole maggiore conoscenza il che vuol dire che bisogna studiare di più. Vuol dire che la ricerca va finanziata di più non di meno. Non è che siccome la ricerca mette paura, non la facciamo. È esattamente il contrario,

proprio perché è importante e proprio perché i Paesi più avanzati ne fanno sempre di più la deve fare anche l'Italia. Saremo succubi delle decisioni degli altri se non faremo noi la nostra ricerca, se non avremo gli studenti, gli strumenti – mi piace avere fatto un lapsus con gli studenti al posto degli strumenti – per valutare e scegliere le nostre politiche e il nostro modello di sviluppo.

ALESSANDRO MEUCCI: Volevo collegarmi al fatto che molte volte alla scienza si chiedono certezze che in realtà essa non è in grado di dare. A questo proposito, secondo lei quali sono i criteri che vengono utilizzati per scegliere le ricerche da portare avanti e quelle invece da abbandonare? Personalmente credo che – al di là dell'aspetto creativo, come lei ricordava a proposito della Professoressa Montalcini –, ci sia comunque anche l'interesse personale dello scienziato. Ma credo che esista un rapporto stretto anche tra chi finanzia le ricerche (in primo luogo le industrie farmaceutiche), gli scienziati e poi coloro che veicolano le informazioni scientifiche, ovvero proprio i giornalisti scientifici.

CASTELNUOVO: Una domanda bellissima nel senso che esiste ormai un circuito molto palese tra argomenti di cui si parla sui giornali, finanziamenti, scelte di ricerche e scelte politiche. Sono tutte cose correlate e si influenzano una con l'altra. Allora se le istituzioni scientifiche, italiane soprattutto – perché nei paesi anglosassoni già lo fanno – capissero l'importanza dei giornali nell'avvicinare l'opinione pubblica ai problemi della scienza e si dotassero di Uffici stampa come fanno le industrie farmaceutiche saremmo un paese più fortunato e felice, a mio avviso.

Le industrie farmaceutiche hanno dei fior di uffici stampa e curano i giornalisti in maniera molto attenta e molto intelligente, nel bene e nel male. Così come hanno fatto con i medici che hanno ricevuto dalle industrie l'aggiornamento professionale che nessun altro gli dava.

Il problema, allora, non è tanto di avere contatti con le industrie o di parlarne bene o male. È un problema di trasparenza e di competenza: deve essere detto che la fonte dell'informazione è un'industria e a raccogliere l'informazione deve essere un giornalista in grado di valutare quello che gli viene comunicato da quell'industria, senza diventare il portavoce passivo.

Più si è competenti e meno si è succubi, evidentemente, e questo vale anche nei rapporti con ricercatori universitari e pubblici: ciascuno ha interessi da difendere. Quelli del giornalista dovrebbero corrispondere a quelli di tutti.

Enrico Zanchi

GLI UFFICI STAMPA NELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI

CHERUBINI: Enrico Zanchi del Servizio informazione e comunicazione del Consiglio Regionale Toscano già lo scorso anno ha tenuto una lezione sugli Uffici stampa nelle pubbliche amministrazioni, nell'ambito del mio Corso di Storia del giornalismo. Si tratta di un giornalista di Siena – tra l'altro ha al suo attivo una importante esperienza come fu quella del *Nuovo Corriere Senese* – il quale ha saputo trasferire sia gli stimoli culturali ricevuti in questa città, sia la propria formazione universitaria in una dimensione professionale ampia e particolarmente interessante.

Quando l'anno scorso Enrico Zanchi ha fatto il suo intervenuto era l'11 di maggio e si trattava di una data significativa, perché il 10 maggio 2000 in Parlamento era stata approvata la legge sulla disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni. Una legge che è stata promulgata il 7 giugno assumendo il n. 150/2000 ed è stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale del 13 giugno 2000. Quindi è evidente che per alcuni di voi già presenti l'anno scorso sarà interessante conoscere quanto è cambiato in conseguenza di questa legge.

Intanto conviene ricordare il processo che si è avuto in questo settore, perché la normativa muove dal Decreto Legislativo del 3 febbraio 1993 n. 29, che all'art. 1°, comma 2° prevedeva che le pubbliche amministrazioni potessero dotarsi, anche in forma associativa, di un Ufficio stampa. Veniva così aperto quel percorso verso il superamento dei tradizionali uffici di informazione, per garantire la comunicazione interna ed esterna degli Enti della Pubblica Amministrazione. Seguirono poi una serie di proposte di legge, in particolare quella degli on. Di Bisceglie e Frattini, che portarono appunto alla Legge 150/2000.

L'art. 9 di questa legge riprende il contenuto del decreto del 1993 e poi specifica che nelle pubbliche amministrazioni gli Uffici stampa sono costituiti da personale iscritto all'albo dei giornalisti, sia interno che esterno alla Pubblica Amministrazione. È evidente che tale formula è stata un compromesso tra la posizione dell'Ordine dei giornalisti, che mirava a rendere più forte la posizione dei propri iscritti anche

esterni alla Pubblica Amministrazione, e quello della burocrazia, che temeva di vedere intaccati i propri interessi interni. Siamo ora in una fase di transizione in cui si vanno formando e potenziando gli Uffici stampa nei diversi settori della Pubblica Amministrazione. In tale percorso si dovrà tenere conto di una società in continua evoluzione, dove lo sviluppo tecnologico e la crescente esigenza di essere informati rendono ancora più delicato il compito di selezionare le notizie, di vagliare le fonti e di coniugare la visibilità della Pubblica Amministrazione con la sua attendibilità e credibilità di fronte ai cittadini.

Sul problema dell'informazione promossa da parte della Pubblica Amministrazione – in un momento di rapide trasformazioni come quello attuale –, non vogliamo trarre conclusioni o dare giudizi. Quello che ci interessa è capire quali sono le esigenze di comunicazione di un organo come il Consiglio Regionale Toscano, come si svolge il lavoro in questo settore e quali possono essere gli eventuali sviluppi futuri. Ma ci interessa anche un altro aspetto: quali sono le competenze, le conoscenze necessarie per questo lavoro, che può essere un approdo per i laureati in Scienze Politiche. A questo proposito vorrei ricordare che abbiamo qui presente un nostro studente, che sta seguendo uno *stage* presso l'Ufficio stampa del Comune di Siena. E quanto sia importante per noi conoscere meglio questo settore, lo testimonia anche la proposta che la nostra Facoltà, in vista della riforma universitaria, ha fatto riguardo all'attivazione di una Laurea specialistica in *Scienze della comunicazione sociale ed istituzionale*. Ricordo quale è il profilo professionale previsto all'interno di questa laurea specialistica, che dovrebbe formare figure in grado di svolgere compiti di organizzazione e gestione di Uffici Stampa e/o relazioni con il pubblico, di gestire le risorse umane presso istituzioni e aziende pubbliche e private, e di programmare strategie di intervento. Quindi mi sembra evidente che sono tanti i motivi per cui con grande piacere lascio la parola al nostro ospite.

ZANCHI: Parlerò del rapporto tra la Pubblica Amministrazione ed i cittadini (un rapporto in cui l'Ufficio stampa svolge, ovviamente, un ruolo rilevante) e, in questo contesto, del rapporto tra potere politico e cittadini.

È un rapporto che negli ultimi 30-40 anni si è andato evolvendo in modo estremamente importante. Nella fase dall'immediato dopoguerra fino agli anni '70, la Pubblica Amministrazione era chiusa in se stessa e il cittadino incontrava forti difficoltà ed ostacoli spesso insormontabili quando tentava di accedervi per comprendere i meccanismi, le motivazioni ed i contenuti delle decisioni. Da parte sua, la Pubblica Amministrazione tendeva a dare sulla propria attività una informazione tesa, principalmente, a giustificare le proprie scelte ed a creare

attorno ad esse il consenso. Non si avvertiva, invece, l'obbligo di dare adeguate indicazioni che consentissero ai cittadini di avere una piena conoscenza di tutti gli elementi, tale da porli in condizione di giudicare liberamente.

Dagli inizi degli anni '70 in poi, con la creazione delle Regioni, si è andata affermando una nuova concezione della Pubblica Amministrazione, intesa come una casa di vetro in cui il principio fondamentale deve essere quello della trasparenza, del libero accesso. Già negli Statuti delle Regioni nei primi anni '70 viene sancito il principio, che non è scritto neppure nella Costituzione Italiana, del dovere di informazione della Pubblica Amministrazione e del diritto dei cittadini a conoscere la sua attività.

In pratica, l'informazione cambia la propria finalità: non è più lo strumento per la creazione di un consenso acritico, ma il mezzo per consentire ai cittadini la libera scelta, l'espressione di un libero e documentato giudizio. Si afferma insomma un tipo nuovo di informazione che non fornisce al cittadino soltanto la soluzione del problema bensì gli offre tutti gli strumenti di conoscenza necessari per formarsi una autonoma opinione. È quanto, a dir la verità, l'informazione dovrebbe essere in grado di garantire in ogni settore, non solo quello istituzionale.

Si assiste, dunque, ad un ampliamento e ad una sottolineatura crescente del ruolo dell'informazione nella Pubblica Amministrazione e, soprattutto, cambia la prospettiva dell'informazione: al centro viene posto il cittadino e non più gli interessi della Pubblica Amministrazione.

Ciò ha comportato che, anche all'interno della Pubblica Amministrazione, si avvertisse la necessità di affidare l'attività di informazione ad operatori professionalmente qualificati e che tale attività fosse esercitata sulla base di precise regole e garanzie. Regole e garanzie che recentemente sono state fissate nella legge ricordata dalla Professoressa Cherubini nella sua introduzione. In questa legge vengono individuate due figure di operatori: quella del giornalista e quella del comunicatore. I primi sono gli operatori degli Uffici stampa, i secondi quelli degli Uffici relazioni con il pubblico (URP). È una differenziazione, a dir la verità molto sottile, che genera spesso anche equivoci e che deriva, in gran parte, anche dalla necessità di salvaguardare alcuni interessi corporativi.

La legge identifica, cioè, due modi con cui la Pubblica Amministrazione si può rapportare col cittadino. La prima è la tipica informazione giornalistica: l'amministrazione si fa conoscere attraverso i tradizionali *media*, scritti o radiotelevisivi, producendoli e diffondendoli direttamente tramite il proprio Ufficio stampa, oppure avvalendosi di *media* esterni nei confronti dei cui giornalisti l'Ufficio stampa

dell'amministrazione offre il necessario supporto. Comunque sia, l'informazione che giunge al cittadino, in questo caso, è sempre il prodotto di una mediazione giornalistica. L'attività di comunicazione, invece, esclude questa mediazione e tende ad offrire al cittadino gli strumenti di una conoscenza diretta, mettendogli a disposizione tutto ciò che è necessario conoscere per giudicare.

La legge fissa, dunque, criteri e modalità con cui la Pubblica Amministrazione è tenuta a svolgere la propria attività di informazione nei confronti dei cittadini, così come dieci anni orsono la Legge 241 aveva posto una precisa regolamentazione per il diritto di accesso ai documenti in possesso della Pubblica Amministrazione. Sono criteri e modalità che corrispondono, in generale, all'obbligo di imparzialità cui è sempre tenuta la Pubblica Amministrazione e che, nel caso specifico, mirano a garantire i contenuti dell'informazione.

Occorre, in ogni caso, tener presente che la Pubblica Amministrazione non è un soggetto unico ed indistinto. Al suo interno vi sono realtà diverse, con responsabilità e compiti istituzionali assai differenziati tra loro. Ciascun livello istituzionale, in una società democratica, avverte comunque la necessità di far conoscere ai cittadini la propria attività attraverso strumenti propri. In particolare la diversificazione degli strumenti di informazione diviene significativa tra gli organi assembleari e gli organi esecutivi. Facciamo un esempio pratico: a livello nazionale, il Governo ed i suoi ministeri hanno Uffici stampa che svolgono ruoli diversi da quelli del Senato e della Camera; se scendiamo a livello regionale, troviamo l'Ufficio stampa della Giunta Regionale e l'Ufficio stampa del Consiglio Regionale. Così avviene spesso anche a livello almeno delle grandi città.

Qual è la differenza cui, a mio parere, occorre prestare attenzione? Gli esecutivi sono espressione di una parte ed hanno inevitabilmente, attraverso i loro Uffici stampa, interesse a far conoscere gli aspetti positivi della loro azione piuttosto che i negativi. Ne scaturisce un'informazione in qualche modo limitata, a volte anche drogata. Le assemblee sono invece largamente rappresentative ed al loro interno convivono, con uguali diritti e prerogative, espressioni politiche diverse (di maggioranza e di minoranza) che si confrontano tra loro. È chiaro che il ruolo degli Uffici stampa cambia e che la loro funzione si deve ispirare a principi di completezza e di oggettività che, difficilmente, possono ritrovarsi negli Uffici stampa degli esecutivi (anche dando per scontato il rispetto della deontologia professionale dei giornalisti che in essi operano).

In questa sommaria introduzione, vorrei anche darvi alcuni cenni sulle modalità di funzionamento degli Uffici stampa e degli Uffici relazioni con il pubblico, facendo riferimento in particolare alla mia

esperienza in seno al Consiglio Regionale Toscano, dove ricopro la responsabilità di un Servizio che riunisce in sé i due settori.

Un Ufficio stampa ha due compiti essenziali: quello di redigere e produrre pubblicazioni informative da inviare alla totalità dei cittadini o a specifiche categorie, e quello di mantenere costanti rapporti con i giornalisti che lavorano nei *media* esterni, al fine di agevolarli nel loro lavoro di ricerca delle informazioni. A quest'ultimo fine strumenti importanti sono il comunicato-stampa e la conferenza-stampa, dei quali mi limito a ricordare solo alcuni requisiti essenziali, rimandando per ulteriori approfondimenti alla vasta pubblistica in materia.

Il comunicato deve contenere non solo gli elementi essenziali di una notizia ma anche tutto ciò che può essere utile al giornalista per scrivere un articolo documentato. Tenendo conto che tra le centinaia di notizie e di comunicati che giungono quotidianamente nella redazione di un giornale, soltanto una piccola parte trova poi spazio per la pubblicazione, occorre anche che il comunicato sia fatto in modo da colpire l'interesse dell'interlocutore – in questo caso particolarmente smaliziato, perché è un altro giornalista. Occorre interessare, ma non ingannare. Non solo per rispetto nei confronti del collega giornalista, con il quale avrete ancora a che fare (se acquisite credibilità, nel tempo ne potrete beneficiare), ma soprattutto per rispetto dei cittadini. Nel comunicato bisogna considerare anche che non tutti i *media* hanno necessità di una identica formulazione della notizia. Ad esempio, ad un quotidiano si può mandare anche un comunicato di due cartelle, ma non si può fare lo stesso nei confronti di una radio, che ha bisogno di una notizia sintetica che occupa poco più di trenta secondi all'interno di un notiziario. È necessario quindi acquisire una tecnica di costruzione del comunicato. O si fanno comunicati diversificati a seconda dell'interlocutore con il quale ci rapportiamo, oppure si compila un comunicato per parti sovrapposte, ognuna capace di vivere autonomamente. Le prime tre-quattro righe devono quindi contenere gli elementi essenziali della notizia. Il secondo periodo contiene ulteriori dettagli che arricchiscono l'informazione. Procedendo in questo modo si possono scrivere anche due-tre cartelle, facilitando il lavoro del nostro interlocutore.

La conferenza stampa, invece, viene utilizzata per fatti particolarmente complessi e difficili da spiegare in un comunicato. Inoltre essa consente di far istaurare un dialogo diretto tra i giornalisti e gli esponenti della amministrazione. Occorre naturalmente non solo convocarla ma anche prepararla adeguatamente, predisponendo tutta la documentazione necessaria da distribuire ai giornalisti intervenuti (documenti, dati statistici, foto, diapositive, filmati, ecc.).

Ci sono infine molti altri aspetti di cui tener conto nell'organizzazione del lavoro di un Ufficio stampa, ma di cui mi limito a dare

solo un cenno. I tempi, ad esempio, devono essere modellati sulla base delle necessità degli interlocutori. Se un comunicato viene inviato ai giornali ad un'ora molto tarda della sera, in prossimità della “chiusura” delle pagine in redazione, sarà difficile che la notizia venga pubblicata. Occorre inoltre considerare che in una testata i giornalisti si interessano spesso di settori specifici e, quindi, è preferibile mettersi in contatto con quello deputato a trattare la materia di cui ci occupiamo. Allo stesso modo va tenuto conto che vi sono varie tipologie di *media*. Ad esempio una notizia che può non interessare un quotidiano di informazione generale, può ottenere invece grande attenzione da parte di una rivista di settore o di una pubblicazione di categoria.

L'Ufficio stampa è anche il tramite della Pubblica Amministrazione dall'esterno con l'interno. La Pubblica Amministrazione ha bisogno infatti, a sua volta, di essere informata su ciò che sta succedendo all'esterno di essa, di venire a conoscenza di problemi e di fatti di varia natura che possono in qualche modo interessarla o su cui debba intervenire nell'esercizio delle proprie competenze. Per rispondere a queste esigenze l'Ufficio stampa ha il compito di preparare ogni giorno una rassegna stampa che segnala ciò che viene pubblicato in merito all'attività della amministrazione nonché le più importanti notizie che possono avere rilievo in relazione all'attività stessa.

Tra la Pubblica Amministrazione e la società esterna si istaura dunque, tramite l'Ufficio stampa, un rapporto bidirezionale.

Analogamente, ciò avviene anche tramite i già ricordati Uffici di relazione con il pubblico (URP), che negli ultimi anni sono stati costituiti nella pubbliche amministrazioni. Ad essi viene attribuito il compito di relazionarsi direttamente, e spesso anche in modo individuale, con i cittadini rispondendo alle loro domande ed alle loro richieste di informazione ed aiutandoli ad orientarsi nei complicati meccanismi della amministrazione stessa.

Gli Uffici di relazione con il pubblico possono limitarsi a svolgere una funzione passiva (attivandosi cioè solo di fronte alle sollecitazioni dei cittadini) oppure possono anche svolgere un ruolo “promozionale”, istituendo un processo di comunicazione autonomo in grado di stimolare la conoscenza e partecipazione da parte del cittadino alla vita pubblica (dandogli modo ed opportunità di esprimere il proprio parere, fornendogli i dati oggettivi con i quali costruirsi un'opinione su alcune questioni, coinvolgendolo nell'esame di un problema prima che la soluzione sia definita).

Le tecnologie della comunicazione consentono di superare limiti di spazio e di tempo ed anche le pubbliche amministrazioni stanno progressivamente predisponendosi al loro utilizzo. Quando la Regione nel 1970 scrisse nel proprio Statuto che tutte le proposte di legge che avessero interesse rilevante per la società dovevano essere sottoposte

a consultazione, sembrò una novità rivoluzionaria ma, poi, nel corso degli anni, le consultazioni hanno perduto di significato e sono sempre meno frequentate, anche per le difficoltà logistiche di riunire assieme tutti gli interessati. È un problema che può trovare facile soluzione, ormai, attraverso la telematica.

Un'ultima notazione vorrei dedicarla ai siti Internet che sono diventati un punto di riferimento essenziale per attingere informazioni sulla e dalla Pubblica Amministrazione. Consultando quello del Consiglio regionale, che viene curato appunto dall'URP, ogni cittadino è in grado di seguire costantemente l'attività istituzionale e di relazionarsi anche direttamente con il Presidente od i consiglieri regionali. Tra breve funzionerà anche un nuovo servizio, denominato "iter degli atti", attraverso il quale il cittadino potrà seguire le varie fasi del processo decisionale. Di una proposta di legge, ad esempio, si potrà conoscere sin dall'inizio il testo e seguirne poi tutti i passaggi e tutte le eventuali modificazioni, in Commissione o in Consiglio, avendo perciò anche la possibilità di intervenire nel merito, sia direttamente che in forme organizzate.

Vi sarebbero molti altri aspetti da illustrare e soprattutto da approfondire. Spero di avervi offerto comunque un quadro di riferimento che possa almeno stimolare la vostra curiosità e le vostre domande.

CHERUBINI: Tra i tanti temi affrontati da Zanchi vorrei sottolineare la differenza tra Uffici stampa dell'Esecutivo e del Legislativo (motivazioni, organizzazioni e finalità sono diverse). Molto puntuale è stata anche la distinzione tra informazione e comunicazione, così come l'introduzione a tre elementi fondamentali per un Ufficio Stampa: il comunicato, la conferenza stampa e la rassegna stampa.

Domande:

BLU ABRAXAS MARZIALE: Ho fatto uno *stage* di soli tre mesi presso l'Ufficio stampa del Comune di Siena, quindi posso avere solo un'infarinatura generale degli argomenti che sono stati trattati. Ho comunque potuto riscontrare molti elementi con i quali mi sono confrontato nella mia esperienza. Volevo chiedere se ci può essere conflitto tra il ruolo del portavoce politico e quello dell'addetto stampa. Vorrei inoltre sapere quale può essere il grado di indipendenza e di discrezionalità di un Ufficio stampa rispetto ad un indirizzo politico. L'etica personale è in grado di distinguere la propaganda dall'informazione?

ZANCHI: Quella del portavoce è una figura nuova per le amministrazioni pubbliche, diciamo così, periferiche. Non è una novità

invece a livello centrale, del Governo nazionale, dove sono praticamente sempre esistiti da una parte l’Ufficio stampa del Ministero e dell’altra il portavoce del Ministro. Sono ruoli diversi: l’uno parla a nome dell’amministrazione, l’altro soltanto a titolo del Ministro, la cui opinione personale ha un rilievo particolare in ragione dell’importanza della carica istituzionale. È chiaro che il portavoce non garantisce né completezza né oggettività né autonomia; riporta semplicemente il parere del Ministro o del personaggio cui fa riferimento e che è in qualche modo interessato a valorizzare. Il portavoce dice quindi una sola verità. Il giornalista dell’Ufficio stampa invece deve dire tutta la verità, cioè la verità di tutti.

A seguito dell’ultima legge anche il Presidente del Consiglio Regionale ha un suo portavoce mentre io dirigo l’Ufficio stampa: in tutta franchezza posso dire che a volte la convivenza di queste due figure può essere difficile e che il discriminio tra i due ruoli non sempre è così netto e marcato. Non c’è conflitto se ognuno dei due ha sufficiente professionalità. La professionalità e la deontologia che ne sta alla base sono poi gli unici requisiti necessari per non soggiacere alle pressioni della “politica” e per rifiutarsi di trasformare l’informazione in propaganda. Certamente è necessario anche un forte senso di dignità personale. Mi rendo conto che non è facile, soprattutto dove il potere politico è più forte. Credo, ad esempio, che possa essere più semplice per me in Consiglio Regionale che non per il collega che dirige l’Ufficio stampa della Giunta Regionale. Ma la deontologia professionale vale per tutti. Poi talvolta bisogna anche rischiare sulla propria pelle, avere il coraggio di dire di no. In ogni caso la distinzione, operata dall’ultima legge, tra portavoce ed Ufficio stampa, aiuta anche a superare queste situazioni.

CHERUBINI: Voglio che questi incontri vi raccontino storie di giornalisti, poiché il percorso di formazione di una persona è molto importante per capire i contenuti del suo impegno professionale. Io vorrei chiedere a Zanchi come è arrivato a svolgere questo tipo di attività e soprattutto se ha trovato delle differenze tra il lavoro in un giornale e quest’altro modo di fare informazione.

ZANCHI: I percorsi per diventare giornalista sono oggi profondamente cambiati. Io ho avuto i primi approcci con il mondo del giornalismo attorno ai 16-17 anni facendo piccole cronache sportive. Più tardi ho iniziato a collaborare con un quotidiano sportivo nazionale (*Stadio-Corriere dello sport*) e nello stesso tempo anche alle pagine sportive dell’*Unità*. Nel frattempo frequentavo l’Università, la Facoltà di Lettere, dove poi mi sono laureato pensando che la mia professione sarebbe stata quella dell’insegnante.

Invece il giornalismo ha preso il sopravvento. Dalle collaborazioni sportive sono passato presto a scrivere di cronaca e di politica sull'*Unità* (che allora pubblicava pagine dedicate alla Toscana); poi, nel 1967, è stato fondato a Siena un settimanale, il *Nuovo Corriere Senese*, di cui sono stato il direttore fino al 1971. Era un giornale aggressivo e battagliero, che non si fermava all'ufficialità della notizia e che, anche sul piano del linguaggio e della grafica, introduceva una vera ventata di novità nel panorama della stampa cittadina dell'epoca. Questa esperienza, molto bella e formativa, oggi difficilmente sarebbe riproponibile perché, adesso, il lavoro nei giornali è frammentato per competenze e nessuno, o quasi, ha l'opportunità di conoscere e seguire il ciclo completo del giornale dal momento della sua ideazione, della composizione, della titolazione, dell'impaginazione, fino alla stampa ed alla diffusione nelle edicole.

Infine nel 1971 sono entrato in Regione e dal 1974 dirigo l'Ufficio stampa del Consiglio Regionale. Nello svolgimento di questo ruolo mi sono state estremamente utili le precedenti esperienze, che mi hanno consentito di conoscere le esigenze ed i modi di lavorare dei giornalisti.

PATRIZIA MARI: Dopo aver maturato esperienze radiofoniche oggi lavoro presso un Ente pubblico e, contemporaneamente, per un'agenzia di stampa. In virtù della nuova legge, per diventare giornalisti non serve una laurea, ma occorre l'iscrizione all'Albo, preceduta da due anni di praticantato, per poter accedere a ruoli destinati a professionisti. Cosa ne pensa?

ZANCHI: Le modalità con cui ottenere il praticantato per poi accedere all'esame di Stato stanno cambiando. Anche la struttura degli esami è profondamente cambiata rispetto al passato. Sono sorte da qualche anno le Scuole di giornalismo e, negli ultimi tempi, si tende soprattutto a valorizzare la formazione universitaria. La laurea è destinata in breve a divenire un requisito necessario per accedere alla professione giornalistica, contrariamente a quanto succedeva fino ad un recente passato quando si sosteneva che questo lavoro si apprende soltanto sul campo. I segreti del mestiere sono indubbiamente necessari ma, per raccontare la realtà, è anche necessario avere un bagaglio culturale adeguato. Per quanto riguarda invece la recente legge sugli Uffici stampa nelle pubbliche amministrazioni, c'è da rilevare che si prevedono interventi di formazione e di aggiornamento per gli operatori che in tal modo possono vedersi riconosciuto il loro ruolo.

Marco Palocci

L'UFFICIO STAMPA DELLA CAMERA DEI DEPUTATI

CHERUBINI: Con questa conferenza torniamo ad affrontare il tema degli Uffici stampa con l'intervento di Marco Palocci, inviato speciale del *Sole 24 Ore* che ha contribuito a creare, quasi dal nulla, l'Ufficio stampa della Camera dei Deputati e la sua proiezione *on line*. Il nostro ospite è laureato in Scienze Politiche e prima di diventare giornalista professionista ha seguito Corsi di giornalismo in Italia e all'estero; è stato inviato di politica interna ed estera, corrispondente da New York per il *Sole 24 ore* e dal 1997 fino a pochi mesi fa ha lavorato alla Camera dei Deputati.

Quello che ci interessa particolarmente è il ruolo di un Ufficio stampa istituzionale come quello della Camera, con particolare riferimento alla creazione della sua emanazione in rete. Naturalmente, un punto di partenza di questa analisi è la Legge 150/2000 sugli Uffici stampa nelle pubbliche amministrazioni, di cui abbiamo già trattato nell'incontro con Enrico Zanchi del Consiglio Regionale Toscano.

Possiamo dare ora la parola al nostro ospite, il quale, come di consueto, vi descriverà il percorso formativo che l'ha portato a diventare un giornalista professionista.

PALOCCI: La Professoressa Cherubini richiamava la legge 150. Noi all'Ufficio stampa della Camera siamo stati un po' i precursori e in parte gli ispiratori di questa normativa. La mia esperienza è iniziata nel 1997 quando la legge ancora non esisteva. Era l'inizio della scorsa legislatura e, per la prima volta si pose in un ente pubblico il problema di disporre di un Ufficio stampa svincolato dalla politica. Normalmente, anche in organi come Camera e Senato, ogni nuovo presidente portava con sé un proprio addetto stampa che diventava, di fatto, il responsabile della struttura interna. Mentre nei Ministeri l'addetto stampa di fiducia dei ministri diventava anche formalmente il capo dell'Ufficio stampa del ministero, alla Camera ed al Senato non c'era questa tradizione. Rimaneva dunque l'Ufficio stampa dell'istituzione, sottomesso di fatto alle persone al seguito dei nuovi presidenti. La struttura interna finiva dunque per essere di fatto appiattita su quella politica.

Nel 1997 si pose il problema di introdurre un meccanismo diverso.

Tra i motivi che hanno indotto a questo cambiamento c'è stata l'esigenza del Parlamento italiano di far conoscere all'opinione pubblica il proprio operato. In Italia, ma anche in altri Paesi, il governo ha ormai sempre di più una maggiore visibilità nei confronti dei cittadini. Il Parlamento, avendo una struttura molto lenta, spesso provoca insofferenza, viene accusato di essere responsabile delle lentezze e delle inefficienze mentre il Governo, potendo assumere provvedimenti più rapidi, ha (per quanto possibile) un'immagine migliore. In realtà il lavoro del Parlamento ha una grande utilità. È vero che in alcuni settori può essere più utile prendere una decisione in poco tempo, ma la riflessione che può garantire un Parlamento, col confronto con tutte le forze politiche, ha un valore obiettivo e fondamentale per i sistemi democratici.

Spesso la percezione poco positiva che i cittadini hanno dei Parlamenti è dovuta al fatto che i Parlamenti hanno sempre investito pochissimo sulla comunicazione. Fino a qualche tempo fa non esistevano strumenti divulgativi per spiegare al grande pubblico a cosa serve un Parlamento. Questa esigenza di informazione è nata solo negli ultimi anni.

Un'altra motivazione che ha prodotto la nascita della nuova struttura dell'Ufficio stampa della Camera è che la Camera dei Deputati rappresenta in Italia il simbolo della politica: per i cittadini che la vedono in televisione, ma anche per i giornalisti.

La Camera ha ben 400 giornalisti accreditati anche perché Montecitorio in Italia ha rappresentato per lungo tempo l'unico ramo elettivo del Parlamento, mentre il Senato ha avuto una genesi diversa. Si poneva quindi l'esigenza di interloquire con questa massa di giornalisti. In passato l'Ufficio stampa della Camera, pur essendo abbastanza efficiente, aveva obiettivi diversi: garantiva soprattutto alcuni servizi ai parlamentari (rassegna e documentazione stampa, attività di consulenza per conferenze o comunicati stampa). L'aspetto esterno del rapporto con i giornalisti (e tramite loro con i cittadini) non era assolutamente considerato.

Quindi nel 1997 fu deciso di ristrutturare l'attività dell'Ufficio stampa, e di affidare questo organismo ai giornalisti con un mandato chiarissimo: comunicare l'attività del Parlamento in maniera imparziale rispetto alla politica. I 630 deputati della Camera dovevano essere, in qualche modo, degli "azionisti", con un valore identico l'uno all'altro. C'erano quindi due modi di rapportarsi a questa situazione: o, come in passato, non dire quasi niente sui lavori della Camera (per cui i giornalisti se volevano sapere cos'era successo in una determinata Commissione dovevano chiedere i resoconti di parte ai vari depu-

tati), oppure cercare di dare un'informazione imparziale e tempestiva ai giornalisti rispettando le opinioni di tutti, ma presentando i fatti in maniera oggettiva. Mi spiego: se un emendamento è stato approvato o no è un dato oggettivo e l'Ufficio stampa ha il dovere di dirlo, poi spetterà ai deputati dare un giudizio di merito.

In base ad una selezione non pubblica (sono stati interpellati 2-3 direttori di giornali e un paio di società di consulenza per avere il profilo di un giornalista che avesse una competenza politica, ma non fosse percepito come schierato, e che avesse acquisito esperienza in diversi ambiti giornalistici) sono stato scelto, praticamente a mia insaputa, per guidare questo Ufficio. Mi hanno favorito il fatto di aver lavorato all'estero e di provenire dal *Sole 24 ore* che, oltre a garantirmi un minimo di competenze economiche, è un giornale il quale, pur avendo una orientamento della proprietà ben definito, è considerato comunque abbastanza "super partes".

Ma appena sono arrivato si è creata una situazione piuttosto complicata da gestire: io sono stato assunto con un contratto a termine come capo dell'Ufficio stampa per ristrutturare questo organismo, al cui interno c'erano però alcuni dirigenti che facevano resistenze rispetto all'indirizzo programmatico del nuovo corso. Sapete benissimo degli ostacoli a livello di burocrazia incontrati dalla Legge 150. In seno alla Camera c'è una classe burocratica di valore, ma anche di grande orgoglio, per cui l'idea che arrivasse un giornalista a guidare l'Ufficio stampa era vista con preoccupazione. Si temeva un ridimensionamento dei dirigenti interni in nome della tecnicità (oggi un giornalista alla guida dell'Ufficio stampa, domani un ex generale dei carabinieri a capo della Sicurezza o un giurista responsabile dell'Ufficio legislativo). Ho dovuto quindi faticare molto per convincere i funzionari (in questo sono stato appoggiato da Presidente e Segretario generale) che era meglio per tutti fare ognuno il proprio lavoro sfruttando al meglio le proprie conoscenze e capacità. Dopo i primi mesi ho chiesto al Segretario generale di sostituire alcuni funzionari con altri due giornalisti. Loro attualmente continuano a lavorare presso l'Ufficio stampa, mentre io ho deciso di tornare a fare il mio lavoro di giornalista della carta stampata. Uno di loro due mi ha sostituito come responsabile dell'Ufficio.

CHERUBINI: Vorrei che spiegasse la tipologia di questo lavoro. Lo scorso anno il vostro sito Internet della Camera è stato per gli studenti del mio Corso un interessante esempio di reperimento delle fonti *online*. Le chiedo inoltre di illustrare le differenze tra il lavoro in un Ufficio stampa e quello in una redazione.

PALOCCI: Comincio dal sito Internet anche per rispondere a quest'ultima domanda. Tra colleghi spesso si dice che fare il giornalista è

“sempre meglio che lavorare”. Devo dire che quando si cambia lavoro si capisce che è vero. Nel mio caso, alla Camera, la mole di lavoro era enorme rispetto a quella in un giornale. E uno dei motivi per i quali abbiamo “inventato” questo sito Internet è stato proprio (e scherzo solo fino ad un certo punto) per cercare di lavorare di meno. Nel senso che, quando sono arrivato e abbiamo intensificato l’informazione sui lavori della Camera, è bastato aprire questo nuovo canale di comunicazione per essere inondati di chiamate e richieste da parte dei giornalisti italiani e stranieri. Dunque serviva una strumento che fornisse l’informazione di base evitando ai giornalisti di doversi rivolgere a noi anche per sapere l’orario di inizio delle sedute e all’Ufficio di essere intasato da richieste tutto sommato banali per potersi concentrare sulle questioni che in termini aziendali si definirebbero “ad alto valore aggiunto”.

Apro una parentesi. Quando ho accettato questo lavoro ho posto due condizioni, che credo siano le condizioni minime che deve pretendere qualsiasi professionista a capo di un Ufficio stampa. Ho chiesto di essere informato su tutto, anche sulle cose più riservate che avvengono alla Camera (perché si possono non rivelare certe notizie, ma è necessario esserne sempre a conoscenza). La seconda richiesta è stata che la nostra politica di comunicazione fosse improntata alla più assoluta trasparenza. Anzitutto perché è un obbligo che in una democrazia i lavori del Parlamento siano davvero pubblici. E poi perché con 400 giornalisti accreditati, pensare di nascondere qualcosa è improponibile. Prima del mio avvento i giornalisti scoprivano anche le notizie che si volevano nascondere e, non avendo un Ufficio con il quale rapportarsi, “usciva” soltanto la versione di chi aveva “ispirato” l’articolo; in definitiva veniva così a mancare il punto di vista del Parlamento.

Un esempio di attualità può chiarire questo concetto. Le indennità dei deputati sono uno dei motivi del dibattito giornalistico. Fino a 15 anni fa i parlamentari, come rappresentanti sovrani del popolo italiano, potevano riunirsi in aula e votare per triplicarsi o decuplicarsi lo stipendio. Per ovviare agli abusi, fu deciso quindi che le loro indennità venissero adeguate agli stipendi dei livelli più alti della Pubblica Amministrazione (nello specifico al primo Presidente della Corte di Cassazione). Ogni anno adesso il Ministero di Grazia e Giustizia comunica l’aumento che si è avuto nella retribuzione del Presidente della Cassazione e gli stipendi dei deputati vengono adeguati automaticamente. L’intento di questa norma era un intento moralizzatore. Ma grazie a questo meccanismo ora l’aumento è diventato praticamente obbligatorio, essendo quasi una rivalutazione Istat: il Parlamento si limita a prendere atto delle comunicazioni del Ministero di Grazia e Giustizia e adegua le buste paga. Questo meccanismo, in passato, non veniva spiegato, essendo comunque imbarazzante. Ma

così non poteva neanche essere spiegato il procedimento che ne era alla base. La burocrazia pensava che nascondendo alcune notizie si avesse un vantaggio dal punto di vista dell'immagine. In genere è vero esattamente l'opposto.

Anche una notizia innocua può trasformarsi in un *boomerang* mediatico se gestita male sotto l'aspetto della comunicazione. Una delle cose che accade nelle strutture burocratiche è considerare riservato tutto ciò che non è esplicitamente reso noto. Noi abbiamo cercato di rovesciare il concetto. In un Parlamento è tutto pubblico, tranne quello che deve rimanere segreto per qualche motivo particolare. Questa politica di comunicazione che abbiamo introdotto è stata accolta con entusiasmo dai giornalisti, ma ha comportato una mole di lavoro enorme, quasi insostenibile.

Così, essendomi accorto che la Camera disponeva di una rete Intranet ben strutturata con la quale si scambiavano soprattutto informazioni tra i vari uffici interni (era stato da poco creato un sito aperto al pubblico), ho deciso di tentare di sfruttare le potenzialità telematiche per snellire il lavoro. Avevo già sperimentato l'utilità di Internet come strumento di lavoro quando lavoravo negli Usa. Avevo sperimentato ad esempio la possibilità di connettersi alle agenzie di stampa mediante le prime BBS, i precursori di Internet, oppure sfruttavo le banche dati esistenti in rete per raccogliere informazioni di carattere economico da utilizzare per il *Sole 24 Ore*.

Potenziare il sito Internet della Camera comunque non è stato facile: fino a quel momento veniva infatti considerato uno strumento solo per gli addetti ai lavori. Nessuno voleva assumersi l'impegno di trasformare i contenuti tecnici in informazioni consultabili dal grande pubblico, un po' per prevenzione nei confronti della comunicazione, un po' perché all'epoca si pensava che la Camera non avesse da offrire un prodotto particolarmente "appetibile".

Io ritenevo invece che non si dovesse banalizzare l'informazione del sito fino al punto di far fuggire il pubblico specializzato, ma pensavo invece che Internet potesse risultare prezioso come bacheca elettronica nella quale immettere una serie di informazioni di base (ad esempio l'orario di inizio di una seduta, l'ordine del giorno, gli interventi dei deputati, i documenti votati, ecc.) che ci evitassero di dover informare anche su questo ogni singolo giornalista. Analogamente, ogni volta che si verificava un piccolo incidente in aula arrivavano le telefonate dei giornalisti che richiedevano la "striscia" del resoconto stenografico per poter ricostruire l'accaduto. Per risparmiare tempo bastava inserire il passaggio stenografico in questione sul sito. Così si superavano enormemente anche le potenzialità delle pagine informative di Televideo, ormai obsolete, rispetto alle quali secondo me andava privilegiata, anche economicamente, l'informazione in rete.

Il supporto telematico non era utile solo come bachecca o archivio, ma anche per illustrare i lavori della Camera. L'accesso alla Camera dei Deputati è ovviamente limitato. Fino all'era di Internet la disponibilità di determinate informazioni, soprattutto riguardanti i lavori delle Commissioni, era possibile solo per chi avesse gli strumenti necessari (le grandi aziende, le lobby organizzate). Con il mio staff, invece, ritenevamo che tutti – anche per principio democratico – dovessero poter avere lo stesso accesso alle informazioni parlamentari. La Camera garantisce la pubblicità dei lavori tramite i Bollettini, che però non sono accessibili al grande pubblico (si trovano solo a Roma), e tanto meno lo sono in tempo reale.

Infine, consideravamo utile il sito Internet come strumento di formazione, che potesse ovviare ai problemi di visibilità e comprensione che affliggono il Parlamento. Internet è un mezzo di comunicazione di massa, che può spiegare a chiunque sia interessato il funzionamento del Parlamento.

Abbiamo quindi allestito il sito come un rotocalco per un pubblico eterogeneo. È stata una battaglia condotta non solo contro i burocrati ma anche contro i tecnici informatici, perché nel '97 si pensava ancora che Internet fosse uno strumento da programmati, come se i Telegiornali li dirigessero gli ingegneri elettronici... È una battuta ma ancora adesso esistono, non solo nella Pubblica Amministrazione, numerosi siti che non sono gestiti da esperti di comunicazione ma da informatici, con i risultati che vi lascio immaginare.

Vinta questa battaglia anche grazie al sostegno dei vertici della Camera, abbiamo cominciato a progettare il sito nel dettaglio. È abbastanza diversificato: il suo cuore è rappresentato ovviamente da "I Lavori". Siamo riusciti a mettere in linea sia lo stenografico dell'aula che i resoconti delle Commissioni, due strumenti facilmente utilizzabili da chiunque abbia un minimo di conoscenze specifiche. A ciò abbiamo poi affiancato due prodotti giornalistici creati appositamente dall'Ufficio stampa. Si tratta di due bollettini. Il primo ragguaglia sull'iter legislativo di ogni provvedimento all'esame della Camera (il punto in cui è arrivato, chi sono i relatori, quando riprenderà la discussione in Commissione); il secondo, chiamato "Temi e provvedimenti della settimana", ogni venerdì viene messo *on line* a disposizione dei giornalisti per informarli sugli argomenti che le Commissioni tratteranno la settimana successiva.

Al nucleo portante del sito abbiamo poi affiancato dei link più "leggeri" per fornire qualche spunto di interesse anche a chi capita per caso sul sito e vuole capire qualcosa in più del funzionamento del Parlamento. Ci sono un "Montecitorio a quiz" (gioco con una serie di domande per capire Montecitorio), un fumetto animato per ragazzi che spiega il funzionamento della Camera dei Deputati (illustrato da un fantomatico onorevole Scolari), le dirette audio e video.

Tra gli strumenti che abbiamo realizzato in questi anni merita un cenno un libro fotografico (realizzato da Gianni Giansanti, un noto fotoreporter) sul “dietro le quinte” della Camera. Per quattro mesi Giansanti ha potuto muoversi liberamente per poter ricostruire l’immagine effettiva della Camera al lavoro e non come complesso monumentale. Io ho scritto personalmente i testi che commentano le immagini e questo libro fotografico è stato poi venduto in libreria (è distribuito dal Touring Club), ma anche digitalizzato e messo in rete. Abbiamo sempre cercato di moltiplicare l’effetto di comunicazione dei nostri servizi, per cui anche il fumetto, oltre ad apparire sul sito, viene stampato e consegnato ai ragazzi delle scuole che vengono a visitare il Parlamento. Il sito è completato dalle sezioni dedicate alla Costituzione e all’elezione del Presidente della Repubblica, che abbiamo cercato di spiegare utilizzando anche materiali storici (sono stati reperiti appositamente vecchi filmati della Rai).

Insomma abbiamo cercato di fare del sito un ulteriore strumento di trasparenza. Non è un caso che sotto la sezione Camera ci sia il link “Il bilancio”. Il costo dei Parlamenti è sempre un argomento di attualità, così come quello del Governo e delle altre strutture pubbliche. Noi siamo gli unici in questo ambito ad aver pubblicato il bilancio in tutte le sue voci (sia quello preventivo che quello consultivo). Ogni cittadino può così sapere quanto spende la Camera per ogni voce. Spende troppo o poco? Ognuno giudicherà ma almeno avrà a disposizione delle cifre oggettive, non le indiscrezioni spesso imprecise e di parte che prima filtravano sui giornali.

Il nostro intento è stato inoltre quello di costruire un sito accessibile al maggior numero possibile di utenti. Abbiamo così allestito una sezione di solo testo per chi si collega con il cellulare o con vecchi computer e potrebbe avere problemi a scaricare le immagini. C’è inoltre una versione per gli handicappati (che recepisce il protocollo internazionale WAI, a favore dei non vedenti) e permette di tradurre in voce il contenuto delle pagine Html.

Poi abbiamo predisposto un servizio di “siti selezionati” in cui, divise per argomenti, ci sono trattazioni approfondite relative ai temi di discussione affrontati dalle 14 Commissioni permanenti. Il materiale è tratto dalla biblioteca della Camera, una delle più complete, specie in materia giuridica, in ambito nazionale ed internazionale. Cliccare su questi siti selezionati (ve lo dico in un orecchio, sperando che la Professoressa Cherubini non ci senta) è una vera “pacchia” per gli studenti che possono trovare spunti e informazioni bibliografiche per le loro tesine.

Dopo questa “informazione di servizio” mi fermerei qui, sperando di avervi dato una panoramica esauriente dell’Ufficio stampa della Camera.

CHERUBINI: Lavorando in un Ufficio stampa, quanto può essere garantita l'obiettività, tenendo presente che si è a stretto contatto non solo con l'istituzione, ma anche con il mondo politico?

PALOCCI: Personalmente non ho mai avuto problemi con la politica. La Camera è una struttura così complessa e così ampia (630 deputati) che non ho mai subito pressioni specifiche illecite. Certo, alcuni politici potevano essere più o meno concordi sul modo di gestire l'Ufficio, c'erano sollecitazioni su questo o quell'argomento ma "proposte indecenti" non ne ho ricevute. I politici sanno bene che sono stati eletti anche grazie ad una attività di comunicazione con i loro elettori e hanno quindi tutto l'interesse ad avere una grande visibilità. Sono consapevoli che le comunicazioni istituzionali non possono che essere imparziali, altrimenti, con i rovesciamenti delle maggioranze, i vantaggi si trasformerebbero poi in svantaggi. Inoltre i politici hanno dei propri Uffici stampa (spesso assistenti parlamentari o... "portaborse"). Il deputato in sostanza ha tutto l'interesse che io sottolinei il lavoro svolto in una determinata Commissione relativo ad una certa legge, perché se di questa normativa si dibatterà sui giornali, lui avrà modo di esprimere il proprio parere in proposito. I problemi per un parlamentare nascono quando il suo lavoro passa sotto silenzio e i suoi elettori cominciano a chiedersi cosa egli stia a fare a Montecitorio.

Quindi nessuna pressione politica, mentre ho avuto grossi problemi con la burocrazia, che ha una formazione professionale completamente diversa rispetto a quella giornalistica. Comunque, dopo un primo periodo di diffidenza e di serrato confronto, molti burocrati si sono resi conto che noi giornalisti potevamo risolvere anche a loro parecchi problemi, in quanto potevano scaricare sull'Ufficio stampa eventuali "grane" da risolvere.

Il rapporto tra giornalisti e burocrazia resta tuttavia conflittuale per definizione, anche se non sempre in senso negativo. L'esperienza dei burocrati mi è talvolta stata utile, specialmente per la loro capacità di mantenere un atteggiamento almeno apparentemente *super partes*, che è insita nel loro DNA professionale, mentre il giornalista tende a prendere posizione. In un Ufficio stampa come quello della Camera invece si devono riportare i fatti, e non esprimere valutazioni.

Domande:

BLU ABRAXAS MARZIALE: Com'è formato l'organigramma dell'Ufficio stampa della Camera? Quante persone ci lavorano? Inoltre vorrei chiedere al nostro ospite se il suo lavoro era soggetto al controllo di

qualcuno, poiché deteneva un potere di informazione di straordinaria importanza.

PALOCCI: L'organigramma è piuttosto ampio, perché, con il tempo, quando le cose hanno cominciato a funzionare, abbiamo acquisito ulteriori competenze aggiuntive. L'Ufficio stampa vero e proprio è composto da 7-8 persone (tra cui 3 giornalisti) che hanno anche la competenza specifica anche sugli accrediti, sull'aggiornamento delle pagine del Televideo e sul sito Internet.

Il sito ha però ben 150.000 pagine, per cui l'Ufficio stampa non ne garantisce l'alimentazione, ma solo l'aggiornamento. Quando si è posto il problema su chi dovesse aggiornare materialmente il sito abbiamo chiesto che ogni Ufficio lo facesse in relazione alle proprie competenze. Questo ha provocato seccature all'apparato burocratico che si è trovato con compiti ulteriori da svolgere.

Le persone alle mie "dipendenze" erano in realtà molte di più. C'è un settore che si occupa della documentazione stampa e che non si limita a fare la rassegna stampa quotidiana, ma svolge anche specifiche ricerche richieste dai deputati (ed esempio un deputato può chiedere di vedere tutto il materiale che è "uscito" negli ultimi 15 giorni su un determinato argomento prima di discutere il tema in Commissione). In questo settore sono impiegate altre 10-15 persone. Vi segnalo tra l'altro che la rassegna stampa della Camera è disponibile sul sito, così come il *database* degli articoli di rilevanza politica degli ultimi due anni, per cui è possibile fare gratuitamente ricerche per parola su svariati argomenti. Complessivamente nelle strutture di comunicazione all'interno della Camera operano circa 30 persone, però coloro che si occupano della comunicazione esterna sono solo 5-6.

Per quanto riguarda le responsabilità, io ero inquadrato come un normale dirigente (a termine) della Camera dei Deputati, quindi rispondeva del mio lavoro al Segretario generale e all'Ufficio di Presidenza, che è una specie di Consiglio di amministrazione della Camera (si tratta dell'organo politico che governa la Camera, nel quale sono rappresentate tutte le forze politiche). La mia nomina è stata ratificata proprio dall'Ufficio di Presidenza. Il mio rapporto gerarchico era con il Segretario generale, ma c'era un confronto continuo anche con il Presidente (Luciano Violante nella legislatura in questione) che ha dimostrato una forte sensibilità nei confronti della comunicazione.

MARCO SIMONE: Questo uso spropositato di Internet non può rischiare di ledere il diritto ad essere informati di tutti i cittadini? Mi spiego. Io non apprezzo la diffusione di Internet. Non mi sono avvicinato a questo strumento di comunicazione né intendo farlo, anche se mi rendo conto della sua importanza e praticità. Per me le tre pagine

di Televideo della Camera sono molto importanti. Per accedere alle notizie relative alla Camera bisogna necessariamente entrare in Internet, mentre i siti *web* dei quotidiani a loro volta garantiscono ulteriori informazioni, ma io riesco comunque a rimanere informato tramite la lettura dei giornali stampati. Cosa ne pensa?

CHERUBINI: Questo tipo di valutazione sull'Internet è stata più volte discussa anche fra di noi, e in primo luogo voglio evitare i rischi di un atteggiamento moralista. Sia per motivi generazionali che per formazione professionale, anche io inizialmente ho avuto molte resistenze di fronte a questo mezzo. Ma ho sempre cercato di far capire agli studenti come un appropriato utilizzo dell'Internet consenta a tutti di essere più liberi. Di fronte alle innovazioni tecnologiche gli elementi nuovi che compaiono nella società vanno sempre conosciuti, analizzati, e quindi "storicizzati", per potere usufruire di tutte le loro potenzialità, con un approccio costantemente critico che ci impedisca di esserne fagocitati. L'Internet è una grandissima novità, questo non significa avere nei suoi confronti un approccio "fideistico", ma nemmeno rifiutarlo; va piuttosto cercato il giusto mezzo per potere utilizzare la rete senza rischiare di essere utilizzati dai suoi fili più evidenti o più nascosti.

PALOCCI: Non trovo niente di scandaloso in questa domanda. Il sito Internet della Camera è un "di più". Il regolamento parlamentare prevede che il Parlamento garantisca la pubblicità dei suoi atti attraverso i Bollettini. Per cui chi intende comprare i Bollettini a Roma può farlo senza problemi.

Il mio obiettivo era quello di garantire un'informazione sempre più ampia ed accurata sui lavori parlamentari anche per chi non poteva o voleva farlo. Per questo motivo abbiamo utilizzato Internet. Non per seguire una moda, ma poiché è uno strumento che si presta benissimo a questo scopo. La ragione per cui volevo dirottare risorse dal Televideo ad Internet è che il Televideo è uno strumento assolutamente inadatto per documentare i lavori parlamentari. Le pagine sono molto succinte, mentre le informazioni sulla Camera non possono essere riassunte in 10-15 righe. La mia scelta non era determinata da un pregiudizio ideologico, bensì da una valutazione editoriale tecnica. È vero comunque che personalmente ho una certa passione per Internet, ma non come mezzo in sé bensì come strumento formidabile di facilitazione del lavoro (quello giornalistico in particolare).

Mario Tedeschini Lalli

IL GIORNALISMO ON LINE

CHERUBINI: Oggi affrontiamo in modo specifico la tematica dell'informazione e del giornalismo nell'epoca dell'Internet, che comunque già altre volte era ovviamente emersa.

Mario Tedeschini Lalli lavora per la *CNNitalia*; laureato in Storia contemporanea con Renzo De Felice, ha conseguito il Master in giornalismo presso la Columbia University di New York, e in seguito ha sempre alternato la professione di giornalista (di esteri) con gli studi di storia araba contemporanea e la collaborazione con l'Istituto per la formazione al giornalismo di Urbino. La prima volta che è venuto ospite del Corso di Storia del giornalismo faceva parte della redazione di *Repubblica.it*. Ha perciò vissuto la fase iniziale e direi "pionieristica" del passaggio dalla carta stampata alla Rete per quanto riguarda il nostro paese.

Si tratta quindi di un giornalista con una ricca formazione di tipo tradizionale e che si è poi cimentato con l'uso delle nuove tecnologie nell'informazione. Per questo credo che sia la persona più adatta a parlarti del giornalismo *on line*: infatti, se è vero che l'Internet ci offre un flusso di informazioni continue consentendoci di sapere in tempo reale quali fatti sono avvenuti, ricordiamo però che per sapere *perché* quei fatti sono avvenuti, resta ancora necessario l'intervento dei *veri* giornalisti, in grado di utilizzare correttamente le fonti di informazione e di interpretare adeguatamente i fatti.

TEDESCINI LALLI: È la terza volta che sono stato invitato e sono molto contento, perché come dicevamo pochi minuti fa con il Preside, per un professionista che di fatto si trova un po' in trincea, sul campo di battaglia, non ci sono molte occasioni di riflettere su quello che fa, sul perché lo fa o anche semplicemente per cercare di capire bene che cosa sta facendo.

Sono occasioni per me fondamentali.

Vorrei iniziare con una lezione di tipo teorico. Vi parlerò dunque dei nuovi *media* e di come i nuovi *media* possano o debbano influenzare il giornalismo. Penso che anche gli elementi che la Professoressa aveva suggerito parlando della mia formazione e della mia esperienza

professionale potrebbero comunque interessarvi; perciò dopo il mio intervento sulle questioni generali, sarete voi, con le vostre domande, a portarmi sugli aspetti più specifici.

Internet ha un riflesso importante per il giornalismo in due campi fondamentali. La Professoressa vi ha parlato del Master di giornalismo che ho frequentato negli Usa molti anni fa. Il corso base della Scuola superiore di Giornalismo della Colombia University si chiama “R and W” cioè, “Reporting and writing”: *reporting* – cioè la raccolta delle informazioni – e *writing* – cioè la scrittura delle informazioni – sono i due elementi fondamentali, uno senza l’altro non dà il giornalismo o quantomeno dà un giornalismo zoppo. Internet agisce, o meglio, i nuovi *media* agiscono su ambedue questi elementi del giornalismo.

Potremmo anche discutere o fare un intero convegno su quanta parte di *reporting* c’è ancora nel giornalismo italiano, quanta più ce ne dovrebbe essere (e forse anche su quanta parte di *scrittura* c’è ancora nel giornalismo italiano), però indubbiamente non si può più prescindere da Internet. Questo è ben evidente per tutti i giornalisti, non soltanto per coloro che usano Internet come strumento di disseminazione delle proprie informazioni.

Ci sono i giornalisti che utilizzano la carta per disseminare le proprie informazioni, quelli che usano la radio, quelli che usano la televisione, quelli anche che usano Internet, ma i nuovi mezzi riguardano comunque *tutti* i giornalisti – al di là del mezzo con cui si esprimono – poiché con i nuovi mezzi di comunicazione hanno enormemente ampliata la possibilità di dare sviluppo a quella prima parte, la parte della “R”, del *reporting*, cioè della raccolta delle informazioni.

Una tale premessa apre una serie di considerazioni interessanti per chi volesse fare il giornalista, però questa è la parte che lasceremo temporaneamente da parte. Ritengo infatti che la novità più importante è l’impatto che Internet ha avuto sul modo con il quale il giornalista *offre* le proprie informazioni al pubblico.

Internet è il luogo dove diverse tecnologie e quindi diversi strumenti convergono (o tendono a convergere perché non sempre li troviamo contestualmente presenti). Facciamo l’esempio della digitalizzazione, un brutto neologismo che, come probabilmente la maggioranza di voi sapranno, indica semplicemente che i messaggi sono a un certo punto codificati in un codice digitale, in una serie di zero-uno per cui, poi, le macchine che noi chiamiamo per comodità computer (e che ormai fanno non soltanto calcoli, bensì altre cose), li decodificano e li utilizzano.

Ormai, anche un giornalista che lavora in un quotidiano, o un giornalista che lavora in una televisione, in realtà lavorano la stessa “materia”, cioè lavorano con i bit, elementi digitali. Il testo — per esempio, l’editoriale del direttore di *Repubblica* o del *Corriere della Sera*

di ieri mattina sulle elezioni -- prima di diventare una serie di caratteri neri sul bianco della carta che avete comprato, era un testo digitale. Così anche le immagini video sulle elezioni degli ultimi giorni, forse non quelle della Rai che su questo piano è un po' arretrata, ma quelle di molte altre stazioni televisive sono in realtà immagini digitali, memorizzate e quindi poi, utilizzate e manipolate attraverso i computer.

Il che vuol dire che un testo o un'immagine video o un'immagine fotografica o una *chat* che un lettore può fare con un giornalista, sono dal punto di vista tecnologico la stessa cosa. Non c'è differenza. La differenza, naturalmente, è nello strumento che ha portato questo materiale nel vostro sistema (telecamera, tastiera di un computer, macchina fotografica, ecc), e nello strumento con il quale voi poi lo proponete (carta, televisione, radio, schermo di un computer, telefonino, ecc.). O meglio ancora: nella miscela di strumenti con la quale articolate il vostro messaggio.

La tecnologia ci porta, dunque, alla convergenza dei vari mezzi. In gran parte siamo già là: io non so quanti di voi abbiano in tasca una cosa di questo genere. Questo aggeggio, noi lo chiamiamo per comodità "telefonino", "telefono cellulare", ma non è neppure propriamente un telefono, è un terminale di comunicazione, tant'è che la prossima generazione di questi oggetti avrà uno schermetto appena leggermente più grande, dove potrete vedere teoricamente anche le partite (sia pur male, perché ancora la prossima generazione non sarà granché quanto a video). Allora, che cosa sarà questo, una televisione? Già adesso sui telefonini Wind potete leggere le notizie di CNN. Che cos'è, un giornale?

Quindi c'è questa convergenza tecnologica dal punto di vista del *contenuto*, diciamo della materialità o dell'immortalità del contenuto (i bit che compongono i testi, le immagini, i video), e una convergenza tecnologica dello *strumento*, del terminale con il quale voi vi affacciate nel mondo dell'informazione.

Ciò comporta innanzitutto una presa di coscienza da parte dei giornalisti che questo sta avvenendo, e i giornalisti in genere, quelli italiani in particolare, sono ancora poco aggiornati su questo piano. Molti di loro ancora pensano che Internet sia "una cosa che fanno i giornalisti che lavorano su Internet". In realtà già parlare di "Internet nel giornalismo" non ha più senso, è limitativo: siamo proiettati in un futuro – anzi, in gran parte ci siamo già – dove distinguere diversi tipi di giornalismo a seconda dei diversi strumenti utilizzati per disseminare le informazioni non sarà più logico; si avrà così una situazione di intercambiabilità degli strumenti. Certo raccapazzarsi sarà difficile per chi è abituato a pensare in certi termini, anche solo produttivi. Ma d'altra parte una tale realtà offre occasioni irrepetibili.

Un giornalista che abbia solo parzialmente compreso questo nuovo mondo, il nuovo universo nel quale è inserito, scopre, immediatamente, che si modificano i parametri più tradizionali, quelli che nella vita ci fanno stare tanto tranquilli, cioè i parametri di *spazio* e di *tempo*, le coordinate nelle quali ci muoviamo regolarmente.

Un sito giornalistico come *Repubblica.it* per il quale ho lavorato due anni e mezzo, oppure *CNNitalia.it* – il sito in lingua italiana della CNN che è prodotto in *joint venture* tra il gruppo Espresso-Repubblica e la CNN – non hanno più, per esempio, quell'ovvio elemento temporale di definizione dei contenuti che è la “edizione”.

Un quotidiano può avere un’edizione, due edizioni, tre edizioni, un tempo c’erano le edizioni del pomeriggio. A un certo punto della giornata, quel che c’è, c’è: si pubblica. Una mia vecchia amica e collega americana diceva: “È impressionante pensare che la verità per un giornalista è tutto ciò che riesce a sapere su un argomento entro le 17.30”. Il quotidiano classico ha un elemento di tempo che sono le 24 ore entro le quali esso si struttura, si progetta e poi si produce e si consuma. Lo stesso vale per il telegiornale. Il Tg ha tante edizioni, c’è quella delle 20 e c’è quella delle 13. Naturalmente già questo è un po’ diverso perché quando tu cominci a moltiplicare le tue edizioni (che siano di carta o che siano elettroniche), e le distribuisci su un arco orario più vasto, già cominci a rompere le barriere temporali.

Ma c’è poi anche la barriera fisica, geografica, topografica, del luogo dove ciascuno si trova. Secondo me fino all'avvento di *Repubblica* – intendo *Repubblica* quotidiano cartaceo nato nel gennaio 1976 – non esisteva un vero quotidiano nazionale. Esistevano naturalmente quotidiani locali, di importanza o di grande importanza nazionale. Il *Corriere della Sera*, per esempio, che pur essendo un giornale milanese e lombardo, per l'importanza delle sue pagine nazionali e internazionali aveva un grande peso anche nei circoli dell’élite politica e intellettuale che contava nel Paese. Ma giornali nazionali veri e propri non ne esistevano, il giornale era locale con degli interessi nazionali (per quelli che ne avevano). Con *Repubblica* tutto questo cambia perché *Repubblica* fu pensata come un giornale nazionale che per i primi anni non aveva neppure la cronaca locale, e che cominciò subito a essere stampato in teletrasmissione in diversi centri di stampa in Italia.

Anche nei mezzi di comunicazione tradizionali c’è dunque stata una progressiva delocalizzazione, o meglio, un tentativo di andare a piantare radici in molti posti e non in uno solo. In particolare, la complessità di esperienze di *Repubblica* ha portato alla creazione di redazioni locali, prima a Milano e poi Roma e poi in tutte le maggiori città d’Italia. Si è quindi trattato di un percorso alquanto particolare di delocalizzazione.

Il discorso diventa tanto più evidente se lo strumento con il quale vi informate non è più il quotidiano comprato all'edicola d'angolo, ma – per esempio – un cosiddetto telefonino portatile o qualunque cosa di simile ad esso avrete nel futuro. È chiaro a questo punto che l'elemento geografico non ha più senso, non ha più la rilevanza che aveva un tempo.

Non ha più la rilevanza, intanto, dal punto di vista dell'accesso alle informazioni. Voi potete stare ad Anchorage in Alaska e se volete sapere come ha giocato la squadra di serie C del vostro cuore o che sta a cuore a vostro nonno, potete saperlo benissimo collegandovi al sito della Federazione calcio, piuttosto che al giornale locale della vostra città, che probabilmente avrà i risultati della squadra in questione. Naturalmente il vostro trovarvi ad Anchorage non cancella il fatto che i vostri interessi informativi restino in gran parte locali, ma “locali” in che senso? C’è un interesse “locale” di Anchorage, perché se studiate o lavorate lì vorrete sapere che cosa succede ad Anchorage. Avete però, come abbiamo visto, anche interesse alla squadra di vostro nonno e questo comporta alcuni problemi di aggiustamento a chi queste informazioni le deve fornire, perché c’è uno strumento di disseminazione globale e un fruitore che ancora nei suoi interessi è, necessariamente, fortemente locale.

Ecco, questa che ho descritto è la rottura delle barriere spazio-temporali nel giornalismo portata da Internet. Vi ripropongo un esempio che faccio sempre, anche se è diventato vecchio perché risale, agli albori del giornalismo su Internet in Italia. Era il 1997, nei giorni prima di Natale ci fu un intervento del Presidente della Camera, Luciano Violante, sull’ipotesi di amnistia per i casi di corruzione politica, cui seguì un editoriale molto critico del direttore di *Repubblica*. Eravamo allora agli inizi di *Repubblica.it*, avevamo ancora pochissimi utenti, e io decisi di aprire un forum su questo tema. Il giorno 25 dicembre ero in vacanza e quando al mattino mi misi davanti al computer per mandare gli auguri ai miei amici americani, trovai nella casella di posta elettronica più di cento messaggi destinati al forum, il 99% dei quali davano addosso al Presidente della Camera. Proseguì la mia vacanza portandomi dietro il portatile e continuando a moderare questo forum con decine e decine di messaggi. Avevamo naturalmente pubblicato il pezzo di cronaca politica, l’editoriale del direttore e – il giorno dopo – il pezzo nel quale Violante smentiva l’interpretazione che era stata data alle sue parole. Ma i messaggi continuavano e in gran parte contro l’ipotesi del presidente della Camera. Il mio direttore, finito l’arco delle vacanze invernali, dopo l’Epifania mi chiese cosa mai avessimo messo su Internet, poiché dall’Ufficio stampa della Camera avevano protestato. Io spiegai che mi ero limitato a mettere in linea il suo editoriale e ad aprire su esso un forum.

Il problema era che nella mentalità tradizionale l'editoriale si scrive oggi, domani la persona criticata o fa ammenda o ti spiega meglio come stanno le cose e si va avanti, domani è un altro giorno. Il quotidiano – si diceva nelle redazioni – il giorno dopo serve per incartarci il pesce. Su Internet non è così, su Internet un articolo continua a generare effetti. Effetti politici nel caso specifico: l'editoriale del direttore di *Repubblica* aveva largamente superato le 24 ore e continuava a operare effetti a due settimane di distanza, in piene vacanze natalizie. Questo non se lo aspettava il direttore ma francamente non me lo aspettavo neppure io, eravamo alle prime esperienze in questo settore.

Quando io dico che si rompono le barriere spazio-temporali, intendo tutto quanto questo. Le informazioni che si mettono *on line* sono lì e anche se tu non le adoperi più o non continui a mantenerle in primo piano per il tuo lettore, comunque quel tuo lettore può accedervi e ci accede. Nelle statistiche di *CNNitalia* risulta che circa il 10% delle pagine scaricate e lette riguardano articoli messi in linea nel 2000. Si tratta di articoli trovati con i motori di ricerca o “linkati” su altri siti. Un altro esempio sulla “durata” delle informazioni *on line*: certe volte ci sono gli scioperi (i giornalisti italiani fanno ancora gli scioperi): la flessione della curva di lettura di un sito giornalistico di attualità è minima nel giorno di sciopero per poi rialzarsi leggermente il secondo giorno, comunque non si azzera mai, perché la gente continua a leggere.

Ma voglio farvi un esempio ancor più chiaro: voi quanto leggete di un giornale, quali notizie leggete di più? Le notizie sportive? Bene, anche gli appassionati di sport se comprano la *Gazzetta dello Sport* o il *Corriere dello Sport* non leggeranno tutto il giornale, si limiteranno a leggere qua e là qualcosa. Il resto non viene letto e viene letto (o potrebbe essere letto) successivamente. Vuol dire che siamo psicologicamente bloccati sull'idea del ciclo delle 24 ore, ma l'uso vero che si fa delle informazioni è insieme più rapido e immediato (si leggono poche notizie e velocemente) e più diluito (saremmo anche disposti a leggere storie e notizie di un giorno o due giorni fa, se ne avessimo il tempo e non fossimo incalzati dal giornale nuovo). Internet ci obbliga a pensare anche in questi termini, perché non ci sono evidenti fratture o confini tra ciò che pubblichiamo “oggi”, ciò che abbiamo pubblicato “ieri” e ciò che pubblicheremo “domani”.

Facciamo un altro esempio di rottura delle barriere con conseguenze politiche. In questo caso parliamo delle barriere geografiche. Abbiamo parlato appena adesso di sciopero, nei mesi scorsi si sono avuti molti scioperi nel mondo dell'informazione per il rinnovo del contratto dei giornalisti e anche i giornalisti dei portali e dei giornali *on line* hanno scioperato. *CNNitalia* ha una situazione particolare: si

tratta di un sito italiano, redatto in italiano, ospitato su *server* italiani, diretto da un direttore responsabile italiano che è Paolo Garimberti e da me stesso che sono il capo redattore. Ma è anche un sito che si articola su due redazioni, una redazione romana dipendente di un gruppo editoriale italiano come l'*Espresso*, e una redazione americana dipendente dal gruppo Turner-CNN residente ad Atlanta, in Georgia. E in Georgia il sindacato non sanno neppure che cosa sia, non solo i giornalisti, proprio nessuno. Quando il sindacato italiano dei giornalisti proclama uno sciopero per i giornalisti italiani che lavorano in Italia con il contratto dei giornalisti italiani, è chiaro che i cittadini italiani che lavorano come giornalisti per una testata americana in America, in Georgia, non sono minimamente toccati. Proprio non li riguarda il contratto di lavoro dei giornalisti, il contratto di lavoro mio; sono regolati da norme completamente diverse in un ambiente completamente diverso. Il risultato è che sciopera la redazione italiana e non sciopera la redazione di Atlanta. Ecco che l'elemento di delocalizzazione fisica della redazione ha una rilevanza. Non è un problema di crumiri, questi giornalisti non hanno fatto crumiraggio, hanno continuato il loro lavoro secondo le loro regole. Di conseguenza, anche nei giorni di sciopero, nelle ore affidate alla redazione di Atlanta (dalle 16 ora italiana, alle 6 del mattino) il sito era nutrito, sia pur più blandamente, venendo a mancare il contributo della redazione di Roma.

La cosa è paradossale ma ha una sua logica stringente. Immaginate che la *CNN* invece di scegliere il modello della *joint venture* per il suo sito italiano, avesse invece seguito il modello che aveva già applicato per esempio con i siti in spagnolo e in portoghese, costruendosi una redazione di giornalisti (ovviamente italiani) tutti ad Atlanta, che producessero un sito in italiano su *server* americani. Per il lettore non ci sarebbe stata differenza di accesso, ma il sito sarebbe stato in tutto e per tutto un sito "americano": niente direttore responsabile ai sensi della legge italiana sulla stampa, niente Ordine dei giornalisti e – naturalmente – niente sindacato. Il tutto perfettamente legale dal punto di vista del diritto: possono la legislazione italiana, le norme dell'Ordine o la disciplina sindacale italiana essere applicate a una testata americana, creata e mantenuta in America, solo perché essa è redatta in italiano? No, naturalmente. Anche nell'ambito dell'informazione giornalistica, dunque, la struttura di Internet pone la questione della ambiguità giurisdizionale. La giurisdizione di Internet non c'è. E questo è certamente un problema, ma può trasformarsi anche in una grande opportunità.

Anche a questo proposito vi faccio un esempio. La Professoressa Cherubini ha avuto la bontà di ricordare alcune mie "fissazioni", in particolare quelle che riguardano la storia egiziana, la politica egiziana e la politica araba. Io seguo le vicende dell'Egitto, e in Egitto c'è

un periodico in lingua inglese che si chiama: *The Cairo Times*: un settimanale abbastanza spregiudicato fatto da egiziani, ma che per poter esistere al di fuori del controllo statale è ufficialmente una testata straniera. Ma come testata straniera è soggetta alla censura preventiva. Quindi talvolta vengono censurati alcuni articoli, soprattutto sui diritti umani, sulla repressione delle opposizioni in Egitto da parte del governo di Mubarak. Ma i redattori hanno anche un sito, dove, non solo mettono tutto quello che vogliono mettere senza che nessuno li censuri, ma, anzi, sottolineano con molta evidenza grafica quello che il governo ha tolto dall'edizione cartacea. Sappiamo benissimo che in Egitto Internet non è ancora diffusa come lo è da noi o come lo può essere in America, però è evidente che l'assenza di giurisdizione in questo caso risulta vantaggiosa proprio ai fini dell'affermazione della libertà di stampa.

I vantaggi che l'assenza di giurisdizione su Internet comporta, nella mia opinione sono talmente enormi che vale la pena di correre i rischi che pure potrebbe comportare. I più ritengono che soluzioni ai problemi potrebbero essere trovate, ma se fossi costretto a scegliere, in mancanza di soluzioni preferirei la situazione attuale.

Chi opera nel mondo dell'informazione, come può sfruttare al meglio questa situazione? Può sfruttarla al meglio rendendosi conto di questa cosa: evitando di pensare a Internet come a un altro mezzo di comunicazione accanto agli altri, parallelo a radio, televisione, stampa periodica, stampa quotidiana. Deve pensarla invece come l'occasione di unificazione di questi strumenti. Il che non vuol dire la sparizione del quotidiano, la sparizione del telegiornale della sera, ma vuol dire mettersi progressivamente in grado di scegliere, per ogni storia che si vuole raccontare, lo strumento più adatto ed efficace, o meglio, il mix di strumenti più adatti ed efficaci.

Se riusciremo a entrare in questa logica, entreremo in un giornalismo che non sarà più dettato dal *medium*, dallo strumento nel quale si è inseriti (dal quotidiano, piuttosto che dalla tv; dal settimanale, piuttosto che dalla radio), abbandoneremo cioè un giornalismo dove i contenuti sono in qualche misura determinati dal mezzo. Potremo immaginare una situazione professionale nella quale è il contenuto che porta a scegliere lo strumento più efficace per trasmetterlo, o – come diciamo in termini giornalistici – sarà la storia a dettare il modo migliore con il quale potrà essere raccontata. E questo potrà essere un solo mezzo o un mix di mezzi, o anche mezzi completamente nuovi: un video, un testo, tutti e due... elementi interattivi... Inoltre la scelta del mix di mezzi può mutare nel tempo a seconda dello sviluppo della storia, sfruttando l'altra caratteristica della quale abbiamo parlato, la rottura della barriera temporale. La vostra storia diventa così potenzialmente in evoluzione sia nei contenuti, sia negli strumenti con i

quali viene offerta al pubblico. In questo senso parliamo di “multimedialità”.

Tutto questo porta conseguenze sull’organizzazione delle redazioni dei giornali, o dovrebbe portarne. Prendo ad esempio il quotidiano perché è quello a me più noto e più chiaro da illustrare, ma il discorso può essere fatto per le redazioni di tutti i *media* tradizionali.

L’organizzazione classica di una redazione in un quotidiano è, diciamo, *verticale*, per settori: Interni, Esteri, Sport, Spettacoli, ecc. Generalmente questi settori fanno capo a un coordinamento che nei quotidiani italiani si chiama “ufficio centrale”, l’ufficio del capo redattore centrale. Io la chiamo “direzione”, tanto per capirci, sono le funzioni che sono importanti. In questa struttura classica ciascuno produce una parte, una fetta del prodotto e il coordinamento serve a evitare (come purtroppo spesso accade), che lo stesso argomento venga trattato negli Esteri e in Economia, o in Cronaca e in Politica. Accanto a questa struttura verticale, ce n’è una orizzontale: i servizi che gli studiosi chiamano “di staff”. Come il servizio grafico, la segreteria, il centro documentazione, ecc.. questi sono tutti servizi che servono di aiuto alla produzione fondamentale.

In questa organizzazione la produzione segue un ciclo preciso: l’input delle informazioni, la loro manipolazione, e la creazione del prodotto-giornale. Una ciclo produttivo sostanzialmente lineare, che si replica ogni 24 ore. Cosa succede o cosa secondo me dovrebbe succedere per sfruttare al meglio le occasioni che i nuovi *media* offrono? Se è vero che tutto è digitale, se è vero che la piattaforma sulla quale si offre l’informazione è indifferente, dobbiamo cominciare a organizzarci un giornalismo indifferente alla piattaforma, un giornalismo che porta alla scelta della piattaforma in base ai suoi contenuti.

Per il giornalismo multimediale bisognerebbe pensare non più in termini “bidimensionali” ma in termini “tridimensionali”. Possiamo provare a pensare a una organizzazione della redazione giornalistica nella quale da una parte hai l’organizzazione per contenuti, dall’altra parte hai una organizzazione temporale — io la chiamo per fascia, per usare una terminologia televisiva — e una terza parte che sono le redazioni di strumenti.

Si avrebbero quindi tre elementi organizzativi:

1. quelli che si occupano dei contenuti (le vecchie redazioni “verticali” di settore)

2. quelli che si occupano degli strumenti (per esempio i grafici, ma anche cameramen, montatori, fotografi, animatori, ecc.). Settori non sono più solo di staff, di appoggio, ma entrano direttamente in produzione a seconda dell’argomento.

3. le strutture redazionali che si occupano di coordinare temporalmente l’output di questa organizzazione giornalistica (tipico

esempio: le redazioni “di fascia” di radiogiornali e telegiornali che dovrebbero allargarsi anche ai quotidiani, come un tempo c’erano la redazione dell’edizione del pomeriggio e quella del mattino)

Se questi tre elementi li disegniamo su tre assi ortogonali, una organizzazione simile vuol dire che il prodotto si situerà, a seconda delle scelte contenutistiche che si fanno, a seconda del momento e degli strumenti utilizzati, in qualche punto di questo spazio tridimensionale.

Domande:

RICCARDO BRUNI: Vorrei conoscere la sua opinione sulla nuova legge sull’editoria, in particolare sul riconoscimento giuridico del giornalismo *on line*, anche per una questione di formazione dei giornalisti che per diventare tali devono lavorare con testate registrate.

RICCARDO ROSSETTI: Nella formazione professionale di un aspirante giornalista che voglia specializzarsi nell’informazione *on line*, che peso hanno la capacità tecnica di costruire siti, la conoscenza del linguaggio html e altre conoscenze di tipo informatico?

TEDESCHINI LALLI: Cominciando dalla prima domanda, devo dire che penso tutto il male possibile della legge. È l’ennesimo tentativo di “mettere le brache” alla storia, di irreggimentare una situazione che è comunque non irreggimentabile. In ogni caso non sarebbe neppure il caso di farlo. Io francamente non vedo perché, tanto per cominciare, ci debbano essere aiuti pubblici all’editoria, che sono stati un *boomerang* per i giornali e per i giornalisti. Mi spiego: la legge per gli aiuti all’editoria votata anni fa prevedeva anche norme per aiutare l’esodo dei giornalisti dalle aziende in crisi, un meccanismo che però è diventato un modo con il quale le aziende (anche non in crisi) hanno di fatto scaricato sull’istituto di previdenza dei giornalisti i costi delle ristrutturazioni, che in realtà sono state pagate dai fondi dei giornalisti.

Ma al di là delle questioni specifiche, penso francamente che i tentativi di regolamentazione siano comunque dannosi. Io sono uno dei non molti giornalisti italiani che al referendum per l’abolizione dell’Ordine dei giornalisti, ha votato per la sua abolizione, benché abbia un interesse consolidato nella corporazione. Ma questo perché mi sono creato una cultura nella quale penso che il paradigma della libertà sia totale, punto. Penso che i vantaggi di un posizione di questo genere siano superiori agli svantaggi che se ne potrebbero avere.

Comunque, chi di voi faccia il giornalista o abbia amici e parenti giornalisti, sa come l’Ordine funzioni come barriera piuttosto che

come garanzia del lettore. Il problema della qualità, del distinguere giornalisti da non giornalisti è un problema che si pone per Internet come si pone per la carta stampata. I miei cari amici del sindacato, nella loro piattaforma per il rinnovo contrattuale, avanzarono la richiesta (poi abbandonata perché gli editori dissero subito di no), di creare un “bollo di qualità” per i siti. È una follia. Chi lo dà questo bollo di qualità? Chi stabilisce che cosa è qualità e che cosa non è qualità? Stabiliamo un tribunale? E poi – specialmente – perché dobbiamo dare un bollo di qualità a un sito Internet e non a un giornale che compriamo in edicola? Non si comprano forse in edicola testate di tutti i tipi, comprese certe di cui tutti sanno che la serietà informativa è zero? Che facciamo, mettiamo il bollo doc anche su queste cose? E chi autorizziamo a mettere il bollo?

Io credo che se voi venite su *CNN* vi attendete una certa cosa, se andate su *Repubblica* vi attendete una certa cosa, se andate su un sito porno vi attendete un’altra cosa. E non serve che ci sia qualcuno che dica: questo è un sito porno, guarda questo è un sito di informazione giornalistica. Il potere che si darebbe a questo qualcuno — comunque questo qualcuno sia definito o stabilito — sarebbe talmente enorme da renderlo molto dannoso. Questo non vuol dire che non si debbano cercare soluzioni, magari di carattere internazionale, per risolvere problemi reali come il diritto alla rettifica o la diffamazione. Ma certe soluzioni ipotizzate sono peggiori del male che si vorrebbe eliminare.

Rispondo alla domanda sulle capacità tecniche necessarie al giornalista.

Nel nostro mestiere c’è un gran lamentarsi su “dove sono finiti” i giornalisti o “dove finiranno” i giornalisti. Io vado a parlare anche nelle scuole elementari e nei licei e qui faccio una domanda: secondo voi che cosa fa un giornalista? Dite un verbo che identifica l’attività del giornalista, cosa fa in particolare, qual è il verbo che lo identifica. La risposta più ovvia è: scrive. Invece io dico che il giornalista non *scrive*, il giornalista *sceglie*, sceglie le informazioni per voi.

Siamo più precisi: il giornalista è colui che sceglie le informazioni sia nella fase “R”, sia nella fase “W”. Nella fase *reporting*, la fase della raccolta delle informazioni, deve valutarle, decidere quali sono quelle più rilevanti, quali darvi subito, quali darvi dopo, nella fase *writing*, la fase della presentazione di queste informazioni. La presentazione di queste informazioni non implica necessariamente o soltanto un elemento di scrittura di testi. Questo “W” comprende tutto quello di cui si è detto: forse l’uso di immagini, di elementi interattivi, di schede grafiche, di animazioni. Noi, per esempio, sul nostro speciale elettorale abbiamo realizzato un’animazione per spiegare il meccanismo del cosiddetto “scorporo” dei voti, forse non sarà un granché ma è diverso da ciò che qualunque quotidiano vi può offrire.

In questo senso è giornalista non chi scrive, secondo me è giornalista chi informa scegliendo e gerarchizzando le informazioni per il proprio pubblico. Scegliendo che cosa dare e cosa non dare, che cosa dare in prima pagina o in ultima, che cosa dare con 20 righe e che cosa con 120. Ma anche che cosa dare in testa all'articolo, che cosa in fondo, che cosa per inciso e che cosa per esteso, che cosa dotare di foto o di audio, che cosa corredare di un'animazione o su che cosa aprire un forum. La mia definizione di giornalista – scusatemi se è un po' teorica, ma in certi casi è necessario – e dunque questa: *giornalista è colui che sceglie, raccoglie e offre informazioni in maniera gerarchizzata e opera queste scelte in base a parametri tutti interni al rapporto di fiducia fra lui e il suo utente, senza accettare parametri esterni ad esso* (politici, commerciali o quant'altre).

È una definizione complessa ma, spero, abbastanza chiara, perché noi giornalisti non siamo i soli ad aver scoperto come si fa comunicazione in maniera efficace, forse lo abbiamo semplicemente scoperto prima. Poi, piano piano lo hanno scoperto anche altre persone, persino... i professori universitari. Sono in tanti a usare le tecniche di scrittura giornalista, i video, le animazioni: pubblicitari, gli addetti stampa, ma ciò che identifica e differenzia un giornalista da tutti gli altri è che le ragioni, le motivazioni, i parametri in base ai quali queste scelte vengono fatte, non devono essere esterni alla linea di interesse tra lui e il suo utente.

Io non amo i giornalisti schierati o i giornali di battaglia, ma anche un giornale di battaglia, un giornale di campagna, fa la sua campagna perché lui e i suoi lettori sono su una certa lunghezza d'onda e pensano che questo sia il caso di fare. Se questa campagna benché giustissima risponde in realtà nella sua concezione e nella sua strutturazione a interessi esterni a questo rapporto, questo già comincia a non essere più giornalismo anzi, secondo me, non è più giornalismo.

In questo contesto, se questo è il quadro, le capacità tecniche sono importanti ma non sono fondamentali. L'unica capacità tecnica vera, fondamentale che deve sviluppare chi vuole fare il giornalista è quella che io chiamo la capacità di “distinguere una notizia da un paracarro”. Sembra molto facile ma di solito la gente va a sbattere sulle notizie senza accorgersene, oppure vede un paracarro e pensa che sia una notizia. È complicato, è difficile e spesso e volentieri si discute nel caso concreto se una cosa “è notizia” o no. Nella pratica si arriva a capirlo e anche per questo le scuole di giornalismo dovrebbero essere molto pratiche e poco teoriche perché questa è la cosa fondamentale da insegnare: la capacità di raccogliere, valutare e ordinare gerarchicamente le informazioni. Se sapete fare questo poi potete imparare a scrivere, potete imparare a fare un documentario, tutte cose appunto che si imparano.

Naturalmente più tecniche avete a disposizione più capacità avrete di impiegarvi. Io non conosco una sola riga di codice htlm ma ho anche 50 anni e anche i miei più giovani colleghi non sanno una sola riga di codice htlm. Perché noi abbiamo il lusso di lavorare in una grande redazione dove ci sono dei tecnici che si occupano di questo. C'è però anche un giovane collega di 27 anni che è venuto da noi come *web designer*, cioè come grafico, che ha delle competenze tecniche e che ora ha anche il contratto giornalistico. Ha cominciato a scrivere ed è stato di fatto il *project manager* dello speciale elettorale. Ecco, lui aveva la visione d'insieme dell'interazione dei vari strumenti con i quali noi offrivamo il servizio e questo ha fatto sì che noi, che siamo un sito da circa 150 mila pagine al giorno abbiamo fatto il 14 di maggio, il giorno dopo le elezioni politiche, tre milioni di pagine.

Per chiudere, volevo solo dire, in pieno accordo con la Professoressa Cherubini che non c'è professionalizzazione nel giornalismo senza basi culturali. È necessaria quanto meno una cultura di base, bisogna conoscere il mondo nel quale ci si muove e purtroppo, spesso, i giornalisti non lo conoscono. Aggiungo una sola cosa: mi piacerebbe un domani con la riforma universitaria, che alle Lauree specialistiche in Giornalismo che – purtroppo – verranno create, possano accedere laureati di tutte le materie, perché non è detto che per fare il giornalista sia necessaria per forza una formazione culturale umanistica.

Manlio Cammarata
GIORNALISTI NELLA RETE

CHERUBINI: L'incontro di oggi affronta una tematica particolarmente attuale, che in parte abbiamo già trattato nella conferenza sul giornalismo *on line*. A parlarci dei giornalisti nella rete dell'Internet, è oggi con noi Manlio Cammarata, fondatore e direttore della rivista telematica *InterLex*, specializzata nel diritto delle tecnologie dell'informazione. Si tratta di un giornalista che dopo la laurea in Giurisprudenza ha collaborato con numerosi quotidiani e periodici, acquisendo una sempre più specifica competenza sul piano delle nuove tecnologie e dell'informatica applicata all'informazione.

Va subito tenuto presente che egli per primo in Italia ha ottenuto la registrazione in Tribunale di una testata che esisteva solo *on line*. Ciò ha senza dubbio rappresentato una tappa importante per la regolamentazione dell'informazione sull'Internet.

L'articolo 21 della Costituzione, e poi la legge sulla stampa del 1948 hanno di fatto garantito il diritto all'informazione (nella accezione del diritto ad informare, ad essere informati e ad informarsi), prevedendo la registrazione per la pubblicazione di periodici. Ma fino all'Internet, parlare di periodici significava riferirsi essenzialmente alla stampa, alla produzione periodica cartacea. Ed è per questo che ci interessa capire quale è stato il percorso di Cammarata, e quali sono le tematiche che egli affronta sulla sua rivista. Passo quindi la parola al nostro ospite, che in primo luogo ci illustrerà gli esordi di *InterLex*.

CAMMARATA: In primo luogo vorrei chiarire un aspetto semantico: dico e scrivo “l'internet” (elle, apostrofo, “i” minuscola), come “la televisione, la radio, i giornali”. Perché personificare o deificare questo nome come se fosse un nome proprio scrivendolo con la maiuscola? Questo può essere uno spunto di riflessione, perché tutti siamo abituati a scrivere “Internet” con la maiuscola e sarà piuttosto difficile cambiare questa abitudine. Però se è un mezzo di comunicazione come un altro (significa “interconnect networks” come televisione significa “visione a distanza”), internet non è un nome proprio, un nome di battesimo. Chiusa la parentesi.

La domanda che mi è stata posta è: come si arriva a una “cosa” come *InterLex*? Non so se qualcuno di voi l’abbia già vista. *InterLex* è una rivista telematica più o meno settimanale (più o meno perché le uscite sono in media più di una alla settimana, infatti è registrata come plurisettimanale) che si occupa in senso abbastanza largo di tutto ciò che riguarda i rapporti tra il mondo del diritto e il mondo delle tecnologie e dell’informazione. E quindi regolamentazione dell’internet, monopolio delle telecomunicazioni, criminalità informatica, protezione dati dei personali, firma digitale, informatizzazione della Pubblica Amministrazione e via dicendo: tutte sezioni elencate nella prima pagina, articolata come quella di un giornale.

InterLex nasce quasi per caso e nello stesso tempo con un progetto abbastanza preciso. C’è una cosa che la Professoressa Cherubini per fortuna ha omesso nella mia biografia: per molti anni mi sono occupato, sempre nell’ambito della comunicazione, di una società che faceva comunicazione per le imprese (fornendo materiale come audiovisivi, filmati industriali, ecc.), che mi ha portato a lavorare con il computer (stiamo parlando dei primi anni ’80). C’erano i primi programmi seri di computer grafica su PC, si doveva imparare tutta una serie di cose indispensabili per farli funzionare, non era come oggi che uno prende il mouse, schiaccia il pulsante e più o meno succede tutto, anche qualcosa di inaspettato... Allora bisognava studiare un po’, avere un certo “pallino” per la tecnologia. Insomma, alle soglie del ’90, mi sono trovato con la mia laurea in legge ormai quasi dimenticata e con una notevole esperienza in materia di comunicazione, dalla fotografia, alla televisione, ai giornali, alla comunicazione aziendale che avevo fatto negli ultimi anni, e soprattutto con conoscenze di informatica.

Questo mi ha portato dal ’90-’91 a collaborare con *MCmicrocomputer*, una rivista di informatica, che allora era molto diffusa e qualificata, occupandomi di una sezione che si intitolava “cittadini e computer”. Poi nel corso degli anni la sezione ha cambiato nome, sono nate altre rubriche, ma tutte intorno alle questioni del diritto delle tecnologie e delle tecnologie nella Pubblica Amministrazione. Mi sono messo a ristudiare un po’ di diritto, e siccome la materia suscitava molto interesse, il progetto ha cominciato a evolversi. Ricevevo molte domande del tipo: “Tu che te ne intendi di queste cose, e sai pure di legge, come dobbiamo fare per...”. Ed erano domande molto imbarazzanti, perché quella che allora si chiamava “informatica giuridica” non dà risposte a un certo tipo di domande.

Quando, nel ’94, ha avuto inizio lo sviluppo del *web* anche in Italia, questi sono diventati problemi molto sentiti; insieme a qualcun altro che già si occupava della materia abbiamo allora cominciato a ricevere una serie di domande alle quali, onestamente, non sapevamo

rispondere. È stato così che nei primi mesi del '95 abbiamo pensato di organizzare un convegno, invitando tutti quelli che in Italia si occupavano, più o meno a valido titolo, di diritto delle tecnologie. Subito abbiamo pensato di aprire anche una discussione *on line*, e vedere se arrivavano dei contributi. Allora è successa una cosa molto interessante. Il *web*, cioè l'internet grafica, col mouse, è nata, come penso sappiate, nel '93, e ha cominciato a diffondersi nel '94, ma all'inizio del '95, in Italia, quasi non c'era, o qualcuno credeva che non ci fosse. Allora l'internet era quella a caratteri, dove si scrivevano le righe di comando sul computer e dove le *e-mail* arrivavano una riga alla volta a caratteri verdi su sfondo nero, e si doveva rispondere *on line* perché era una cosa da specialisti mettere da parte una *e-mail* per rispondere dopo: ci voleva un apposito programma.

Era il mondo dei BBS, quelle famose bacheche elettroniche che poi il *web* ha distrutto o quasi, ma che sono state la grande scuola di telematica per la mia generazione. La vostra, che nasce già col mouse in mano, non conosce questo tipo di problemi. Allora l'internet era nelle mani dei tecnici, dei fisici, dei grossi cervelli, che ritenevano che il *web* non avrebbe avuto alcun successo per tutta una serie di motivi che esulano dal nostro argomento odierno. Quando io dissi "questa discussione facciamola sul *web*", mi sentii rispondere che ero pazzo, che nessuno mi avrebbe seguito, per il *web* servivano i modem veloci, c'erano i problemi del "protocollo SLIP", allora era un problema terribile collegarsi al *web*.

Finì che furono aperti due spazi, uno sul BBS e uno sul *web*, anche per vedere che cosa succedeva. Il risultato fu che il gruppo sul BBS ricevette tre, dico "tre" messaggi, e morì, mentre lo spazio sul *web* esiste ancora, si chiama *InterLex* e scarica quasi 500.000 pagine al mese. L'internet del *web* ci era esplosa in mano senza che ce ne accorgessimo. Io avevo avuto appena un vago sentore di quello che stava accadendo, i tecnici neppure quello.

Dunque nel '95 il *web* comincia a essere conosciuto e a prendere il sopravvento sulla vecchia internet a carattere. Intanto questa piccola iniziativa, che si chiamava "Forum Multimediale La società dell'informazione", aveva un notevole successo, nel suo piccolo naturalmente, perché era una discussione tra pochi esperti di una materia pressoché inesistente. Ci fu il convegno "fisico", nell'aula magna della LUISS, un convegno multimediale per cui Telecom Italia fornì la teleconferenza con il Politecnico di Torino, con l'Università di Camerino e con la DG XIII della UE a Bruxelles. Fu un grande successo: intervennero anche alcuni noti "nemici" della rete, come il giudice Sarzana di Sant'Ippolito che voleva mettere in galera gli operatori di BBS, i "sysop", per gli eventuali messaggi "illegali" inviati dagli abbonati (aveva scritto pagine e pagine su questo argomento). La conclusione

fu sua, perché la frase finale “La tecnologia avanza, il diritto arranca”, divenne un po’ il nostro slogan.

Tutto questo, dunque, aveva prodotto dei risultati, avevamo delle risposte, sia pure discutibili, alle domande che ci stavamo facendo, ovvero su come certi aspetti del diritto tradizionale potessero applicarsi all’internet. La discussione andava avanti, c’erano sempre nuovi interventi che arrivavano. All’inizio del ’96 cominciammo a pensare di “istituzionalizzare” in qualche modo il Forum, perché fatto così, completamente spontaneo e “spontaneistico”, aveva problemi, soprattutto di continuità e di regolarità. Allora pensai di trasformare il Forum in giornale, in una pubblicazione vera e propria, anche perché io sono un giornalista, so come fare un giornale, non so fare altre cose.

Così cominciai a realizzare i numeri “zero” di *InterLex* e a mandarli agli amici, a questo gruppetto che si era costituito col Forum all’inizio del ’95, che in parte veniva dai miei lettori del cartaceo dal ’90 in poi. Poche persone, cinque o sei, con le quali sto lavorando ancora adesso. E questo è molto bello, perché spesso questi gruppi si sfaldano nel tempo, delle volte ci si prende anche a male parole. Invece il nucleo storico è rimasto e si sono aggiunti altri che sono diventati collaboratori della rivista.

Nel gennaio del ’97, c’è un “numero zero” finalmente accettabile, e io provo a “venderlo” a qualche editore giuridico, con l’idea che potesse servire anche alla diffusione delle novità legislative. Questo è un aspetto interessante perché in Italia mancava, e manca tuttora, la possibilità di reperire la normativa sull’internet, diversamente da altri Paesi. Adesso, ma da poco tempo, voi potete trovare *on line* le Gazzette Ufficiali degli ultimi 60 giorni. Ma se vi servono altre cose, dovete andare a cercare su *InterLex* o su altri siti, pubblici o privati che per loro iniziativa, bontà loro, pubblicano le norme.

CHERUBINI: In verità, riguardo al reperimento delle fonti sull’Internet qualche passo in avanti si è fatto, come abbiamo visto nell’contro sull’Ufficio stampa della Camera dei Deputati, con particolare riferimento alla possibilità di seguire l’iter legislativo.

CAMMARATA: Un’altra precisazione molto interessante è questa: nel 1996, inizio ’97, quando facevamo questi discorsi, non c’erano o ancora non funzionavano bene i siti del Senato, della Camera dei Deputati e altri siti che oggi ci danno la normativa (solo una parte): allora c’era il vuoto. Nel primo nucleo di *InterLex*, che si chiamava *Net-lex*, cominciava ad esserci la raccolta delle norme sulla nostra materia, sulle tecnologie. *InterLex* è stato il primo sito su cui è uscita la legge sui dati personali e, ancora oggi, è uno dei pochissimi, se non l’unico, in cui trovate la legge sui dati personali nel testo vigente, cioè

con tutte le modifiche che si sono succedute negli anni. Lo Stato non ce la dà.

Torniamo alla storia. All'inizio del '97 propongo *InterLex* ad alcuni editori di testi giuridici. Il mio discorso è questo: voi avete delle riviste cartacee che danno la documentazione normativa in abbonamento, con qualche ritardo e con un numero relativamente limitato di lettori. Mettiamole *on line* con una forma di abbonamento che costi meno dell'abbonamento al cartaceo, e che abbia anche una parte gratuita di notizie e commenti. Il primo editore che diffonda per via telematica le novità legislative, questa è la mia idea, acquista un grosso vantaggio sugli altri, anche perché ci vuole molto tempo a mettere in piedi un'iniziativa di questo tipo, mentre io ho già un prodotto quasi pronto. Nessuno capisce, nessuno mi dà retta.

Passa un po' di tempo, modifichiamo ancora l'idea di *InterLex*, che diventa una rivista a tutti gli effetti, si fanno altri numeri zero e il 7 aprile del 1997 vado alla Sezione stampa del Tribunale di Roma e dico che voglio registrare una testata su internet. "Cosa? È una cosa come il videotel?" mi chiedono. No, è internet. Riesco a parlare col giudice addetto alla Sezione stampa, il quale prende un po' a cuore la cosa e dice: "io le posso dare questa possibilità, registrare la sua rivista come supplemento di un giornale cartaceo, che lei può fare anche solo di due pagine due volte l'anno. Abbiamo già dei precedenti, abbiamo già trovato una formula, "testata diffusa a mezzo computer e rete telefonica", eccetera eccetera.

CHERUBINI: Qui arriviamo al punto decisivo della storia, in base alla quale la vicenda di *InterLex* ha fatto poi giurisprudenza. E vi ricordo che per la registrazione di ogni tipo di periodico, finora il riferimento era la Legge 47/1948, applicativa dell'articolo 21 della Costituzione.

CAMMARATA: Alla proposta del giudice dico no, e la discussione va su un campo giuridico abbastanza stretto, ovviamente avevo studiato bene la materia. L'articolo 1 della legge del 1948, dove si parla di stampa e stampati, secondo me oggi non ha più senso, tanto più che con la legge 416 del 1981, la cosiddetta Mammì, il regime della stampa è stato esteso alla televisione e un'ulteriore estensione all'internet mi pare assolutamente ovvia.

Comunque il discorso col magistrato è questo: lui cerca di trovare gli agganci per registrare la mia testata come "testata diffusa sulla rete internet", se non ci riesce fa un'ordinanza di rifiuto della richiesta e io farò ricorso, vedremo come, ma una soluzione si deve trovare. E lui acquisisce alcuni pareri, del Ministero di grazia e giustizia, dell'Ordine dei giornalisti, del Ministero delle poste, e con il Presidente

del tribunale trova una formula molto interessante: la rivista telematica ha i requisiti “ontologico” e “teleologico” di una giornale di carta. Ontologico perché “è” un periodico, teleologico sulla base di una serie di sentenze della Cassazione su che cosa è giornale e su che cosa non lo è. Quindi ordina l’iscrizione della “testata telematica diffusa sulla rete internet” con una formula un po’ barocca, un po’ inesatta anche tecnicamente, ma è quello che mi interessa in quel momento. Siamo nel novembre del ’97.

Intanto *InterLex* si pubblica da sei mesi, cambia, si aggiorna in continuazione, e diventa un po’ alla volta il punto di riferimento per tutti gli studiosi di diritto delle tecnologie in Italia. In Italia ci sono tanti siti giuridici, ma la differenza tra *InterLex* e tutti gli altri è, come dire, colpa mia, nel senso che mentre tutti gli altri sono fatti da avvocati, da studenti di giurisprudenza, da persone che, magari, sul diritto ne sanno più di me, soltanto *InterLex* è fatta da un giornalista, cioè da uno che conosce le tecniche della comunicazione e quindi riesce a dare un aggancio all’attualità, con un modo di porgere gli argomenti, di suscitare la discussione, spesso anche di polemizzare, che ha determinato il successo della rivista.

Così nel febbraio scorso, quando il Parlamento ha approvato una legge che estende in una forma molto rozza il regime della stampa alle pubblicazioni telematiche, ho lanciato un grido d’allarme: guardate che con l’estensione *sic et simpliciter* dell’articolo 5 della legge del ’48, secondo cui nessun giornale può essere pubblicato se non sia stato preventivamente registrato presso la Cancelleria del tribunale, succede il finimondo, perché tutti quelli che fanno informazione su internet e cioè “tutti”, devono andare in tribunale e registrarsi, trovando un direttore responsabile. Al momento la cosa è caduta nel vuoto, la legge 62 è stata pubblicata in *Gazzetta Ufficiale* il 21 marzo, e il 4 aprile *InterLex* è uscita dicendo: “da oggi mezza internet in Italia è fuori-legge”.

A questo punto è scoppiato il finimondo, perché *Punto Informatico*, che è un’altra pubblicazione telematica fatta da giornalisti e assai seguita sulla rete, ha ripreso e amplificato l’allarme. *Punto informatico* ha molti più lettori di *InterLex*, perché abbraccia un settore molto più vasto e distribuisce milioni di pagine al mese. Ma intanto c’è stato lo scioglimento delle Camere e gli onorevoli, sul punto di tornare a casa, si sono accorti di quello che avevano fatto, e si sono esibiti in una serie di dichiarazioni assolutamente prive di senso, ma che non riuscivano a nascondere la sostanza della questione: era stato l’Ordine dei giornalisti a spingere per l’estensione della normativa alle testate telematiche, dopo una serie di polemiche (delle quali da anni diamo conto su *InterLex*).

Qual è il punto critico? Fino a ieri l’attività editoriale richiedeva un’organizzazione d’impresa, richiedeva dei soldi, era controllabile,

sapete che per fare il tipografo ci vuole una licenza di polizia? Si, ci vuole una licenza di polizia, lo dice il testo unico delle leggi di pubblica sicurezza degli anni '30. Un'altra legge, che risale agli anni '40, obbliga alla consegna di cinque copie di ogni stampato alla prefettura e alla procura, allora del Regno, oggi della Repubblica. Queste disposizioni sono ancora in vigore e in teoria qualcuno potrebbe ancora venirmi a chiedere di depositare cinque copie di *InterLex* ogni settimana alla questura. Ma oggi con l'internet questo non è più possibile, e non ha senso, perché chiunque materialmente, teoricamente e praticamente, può fare un giornale come *InterLex* o come la *Repubblica.it* al di fuori di qualsiasi controllo, perché basta una linea telefonica e si pubblica qualsiasi cosa anche dalle isole Tonga.

Voi capite che questa novità cozza con tutto quello che è stato l'ordinamento della stampa, da quel *Licensing Act* dell'Inghilterra del '600, che avete sicuramente studiato nella storia del giornalismo. Nel 1993, con l'avvento del *web*, finisce un'era, perché oggi, chiunque, senza un investimento misurabile, può pubblicare tutto quello che gli passa per la testa. Praticamente gratis, perché basta un abbonamento "free" per avere anche dieci megabyte di spazio a disposizione.

Se uno è bravo, questi dieci megabyte possono invadere il mondo dell'informazione. Il problema è quanto sono interessanti le informazioni che si pubblicano. Perché se uno ci mette le storie del condominio, ovviamente il sito interessa solo ai condomini, ma chi ha fatto al momento giusto un sito su Monica Lewinsky ha fatto i quattrini con la pubblicità, perché ogni clic rendeva qualche centesimo di dollaro.

CHERUBINI: Quale è stato poi il contributo della legge n. 62 del 2001 sulla registrazione delle testate *on line*?

CAMMARATA: Leggiamo insieme il testo. La legge 62 si intitola "Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto '81 n. 416". Ques'ultima reca "Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l'editoria", ma le provvidenze per l'editoria in realtà risalgono a subito dopo la guerra, quando la stampa era veramente in difficoltà, poi sono diventate delle leggine che i deputati si fanno tra di loro per sovvenzionarsi i giornali di partito. Infatti la legge 62 è stata fatta dopo che nella finanziaria del 2001 era stato inserito un articolo che estendeva ai giornali telematici di partito le sovvenzioni per quelli di carta.

Allora, fanno questa legge in cui dicono che le norme sulla stampa si applicano a tutti i "prodotti editoriali", anche telematici, ma non lo fanno perché il mondo è cambiato, perché l'informazione è anche sull'internet, lo fanno soprattutto per estendere il controllo dell'Ordine dei giornalisti all'informazione *on line*. Infatti la legge

dice che i prodotti editoriali che hanno “periodicità regolare” devono iscriversi al registro della stampa e avere il direttore responsabile, ai sensi della legge 47/48. Il che è abbastanza ovvio, se si accetta l’attuale ordinamento: così si superano le limitazioni dell’articolo 1 della legge 47/48, e si conferma il senso dell’ordinanza del novembre del ’97 per *InterLex*, quella del “requisito ontologico e teleologico” della pubblicazione.

Andiamo avanti. Dice la nuova legge: “Al prodotto editoriale si applicano le disposizioni di cui all’articolo 2 della legge 8 febbraio 1948 n. 47”. Il quale prescrive che in ogni esemplare della pubblicazione bisogna mettere il nome dell’autore, il nome dello stampatore, il luogo e la data della pubblicazione ecc. Quindi su ogni prodotto editoriale si devono mettere queste indicazioni, ma c’è un problema: chi fa un prodotto editoriale come attività professionale, è ovvio che deve “firmarlo”, deve assumersi le proprie responsabilità.

Ma il ragazzino di 15 anni che dedica il sito alla ragazzina di 15 anni, con le poesie, con i disegnini, perché deve mettere il suo indirizzo di casa, alla portata dei pedofili, per restare sugli argomenti di attualità? (era il periodo in cui era scoppiato l’ennesima “caso di pedofilia via internet”, ndr). Per questo abbiamo chiesto l’intervento del garante per i dati personali, il quale fino a questo momento ha altri e forse più gravi problemi.

Ancora la legge 62: “Il prodotto editoriale diffuso al pubblico con periodicità regolare e contraddistinto da una testata costituente elemento identificativo del prodotto, è sottoposto altresì agli obblighi previsti dall’art. 5 della medesima legge”. Eccolo, l’articolo 5: “Nessun giornale o altro periodico può essere pubblicato se non sia stato preventivamente registrato presso la cancelleria del tribunale” eccetera eccetera. Allora la prima interpretazione della legge è questa: chiunque faccia un sito internet e lo aggiorni periodicamente rientra in questa definizione (lasciamo perdere la questione della testata, che fa ridere, perché non esiste sito internet o prodotto editoriale o libro, giornalino, CD-ROM o videocassetta o cassetta audio che non abbia una testata, cioè che non abbia un’indicazione di che cosa è). Se uno fa un sito e lo aggiorna periodicamente, secondo questa elementare lettura della legge, è soggetto a cercarsi un direttore responsabile cioè un iscritto all’Albo dei giornalisti, pagare 250 mila lire di imposta di registro, una serie di carte da bollo, e andare al tribunale per far registrare la testata.

Come dicevo poco fa, appena *InterLex* e *Punto Informatico* hanno diffuso questa notizia, è successo il finimondo. Diversi uomini politici, anche alla Camera dei Deputati, hanno affermato che la legge si applica solo a chi vuole i contributi, dimenticando che l’articolo 16 dice testualmente che “L’iscrizione è condizione per l’inizio delle pubblicazioni”.

Questa è la realtà. La legge 62, prima o poi cadrà, il tentativo di mettere sotto controllo la Rete non passerà. Non passerà non solo perché c'è *InterLex*, non passerà perché in altri tempi il commento a una legge usciva sulle riviste giuridiche due, tre, sei mesi dopo che una legge era entrata in vigore. Ma oggi, grazie all'internet, posso vedere il testo di una legge sul sito della Camera o del Senato prima che sia approvata, so il giorno esatto in cui viene pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* e posso dire il giorno prima, come ho fatto su *InterLex*: "ragazzi da domani siamo tutti fuori legge" e far scoppiare il finimondo. Questo può avvenire solo sull'internet e questo spiega il tentativo di portare questo "pericolosissimo" strumento sotto il controllo dell'*establishment*, chiamiamolo Ordine, chiamiamolo Albo... Ma comunque l'internet oggi è l'incarnazione di quel "quarto potere" che da secoli mette in crisi i cosiddetti "poteri costituiti".

CHERUBINI: Anche in un altro incontro abbiamo discusso sul ruolo dell'Ordine dei Giornalisti, la cui presenza comunque, al di là delle diverse valutazioni, rappresenta in Italia una eccezione rispetto agli altri paesi europei. Abbiamo anche parlato di cosa sia effettivamente l'Internet, in particolare se possa considerarsi un mezzo di comunicazione da affiancare alla stampa, alla televisione ecc.; anche a questo proposito sono diverse le opinioni e le valutazioni. Vorrei inoltre sottolineare il tema relativo alle conoscenze informatiche dei giornalisti che oggi vanno ad affiancarsi ad esperienze professionali precedenti, anche questo in parte già da noi affrontato.

Domande:

RICCARDO BRUNI: Se è vero che l'internet è sostanzialmente uno strumento, è anche vero che il giornalismo ha ormai imparato a sfruttare tale strumento prima con edizioni elettroniche, servizi aggiuntivi alle edizioni cartacee, poi con redazioni sempre più indipendenti fino a veri e propri giornali *on line*. *InterLex* da questo punto di vista rappresenta una tappa fondamentale in tale percorso, perché è la prima rivista elettronica, la prima *web-zine*, che si registra in tribunale diventando un giornale a tutti gli effetti. La tappa successiva, però, riguarda l'obbligatorietà di tale registrazione, e si arriva così alla legge 5 aprile 2001, che vorrebbe estendere anche all'internet la normativa già esistente per la stampa. A dire il vero Chiti, sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega all'editoria, ha in questi giorni rilasciato a *Repubblica.it* un'intervista in cui precisa che tale legge vuol regolare l'editoria, che ha guadagnato con l'internet un nuovo mezzo di diffusione, e non l'intero mondo del *web*. A questo punto però

si rende necessario capire cosa, all'interno dell'internet, possa essere considerato "editoria" e cosa invece sia da considerarsi "altro", e la legge n. 62 a questo non fa alcun riferimento. E non esiste riferimento neppure in merito ai metodi di applicazione di tale legge, tipo quale dovrebbe essere considerato il luogo di pubblicazione di un giornale *on line*: il *provider* che lo ospita, il pubblico di riferimento o il luogo da dove viene caricato sulla rete; tre possibilità che porterebbero a esiti profondamente differenti. Se per esempio un sito fosse caricato su un *provider* straniero, sotto quale giurisdizione ricadrebbe?

Allora volevo fare una domanda: se ormai il dibattito ruota attorno all'obbligatorietà della registrazione e ai criteri di discernimento tra ciò che deve rientrare in tale obbligatorietà e ciò che invece ne rimane esentato, quale potrebbe essere una possibile soluzione per uscire da questa *empasse* legislativa e produrre una normativa che meglio si adatti alle caratteristiche dell'internet?

CAMMARATA: Ci sono in questo momento tre tendenze che si scontrano. Da una parte quell'*establishment* di cui abbiamo parlato, che vorrebbe ricondurre tutto nell'ambito della legislazione sulla stampa. Vi è una posizione intermedia che vorrebbe distinguere, lasciare libera l'informazione spontanea, l'informazione tipica dell'internet, e ricondurre l'informazione professionale agli schemi esistenti. Personalmente sono d'accordo con questa impostazione, ma con l'essenziale premessa che è proprio lo schema esistente che va cambiato: in nessun Paese democratico la stampa è soggetta al controllo di una corporazione, dei giudici e dei poliziotti come da noi. C'è una terza istanza, che non condivido, ma della quale non si può non tenere conto che dice: con l'internet, con i nuovi mezzi di comunicazione, siamo tutti giornalisti, tutti diamo informazioni quindi aboliamo l'Ordine dei giornalisti.

La mia opinione, se vi può interessare, è questa. La libertà di espressione non si tocca, quindi non possiamo imporre nessun obbligo a chi voglia fare un sito internet o anche una pubblicazione cartacea, anche il giornalino di classe o il notiziario d'ateneo, imponendo oneri amministrativi o altro. La condizione deve essere una sola: si devono indicare nome e cognome e l'indirizzo di un responsabile, il quale deve verificare nei limiti del ragionevole che attraverso questa pubblicazione non si commettano atti illeciti, come la diffamazione o l'aggiodaggio. Se qualcuno commette un atto illecito attraverso una pubblicazione bisogna sapere chi è stato. Ma, nello stesso tempo, è necessario proteggere la vita privata di chi non fa informazione per professione. La soluzione c'è, e va sotto la definizione di "anonimato protetto": è sufficiente che il *provider* che fornisce lo spazio *web* sia obbligato a registrare le generalità del cliente e a produrle all'autorità giudiziaria, se necessario.

Ma se invece pubblico qualcosa come giornalista, il discorso è diverso. Ritengo che la professione di giornalista sia una professione difficile, impegnativa, che comporta grosse responsabilità, come tante altre professioni. Allora chi fa il giornalista per professione, chi fa questa scelta, deve essere riconoscibile come tale, anche perché così acquista una particolare credibilità. Un conto è se una notizia esce sul sito di Mario Rossi, “Il mio canarino”, un conto è se io su *InterLex* scrivo, come ho scritto il 4 di aprile, “da domani la maggior parte dei siti italiani è fuori legge” e faccio succedere il finimondo che poi c’è stato. Ne devo rispondere.

Quindi ritengo che si debba mantenere la distinzione tra informazione “amatoriale” e informazione professionale. Sostengo da tempo che l’informazione spontanea non deve avere nessun vincolo, se non quello della firma dell’autore, ma anche che ci deve essere una forma di “certificazione” per l’informazione professionale, alla quale corrispondano precisi obblighi e precise garanzie. Si deve discutere come questa certificazione possa essere ottenuta, visto che l’ordinamento esistente non è più adeguato alla realtà dei tempi (e forse non era perfetto neanche nel secolo scorso, quando fu concepito).

La strada potrebbe essere questa: chi intende editare professionalmente una pubblicazione parte con una registrazione volontaria: “Signori, da oggi sto facendo un giornale sull’internet e quindi mi assumo, senza ricavare fino a questo momento alcun vantaggio da questa situazione, volontariamente le responsabilità di un giornalista”. Il che significa obbligo di rettifica, responsabilità per omesso controllo eccetera. Dopo tre anni che io faccio questo giornale vi presento quello che ho fatto, lo presento a una commissione che sia in qualche modo indipendente, poi, come avviene in Francia, la commissione deciderà se io ho diritto a questo *papier* di giornalista oppure no.

CHERUBINI: Personalmente condivido questa distinzione che ha fatto Cammarata tra informazione “amatoriale” e informazione professionale. Spessoabbiamo discusso su quanto l’avvento delle nuove tecnologie abbia messo in crisi il mondo del giornalismo. Ciò è già avvenuto in precedenza, per esempio quando si è aperto il confronto tra informazione sulla carta stampata e in televisione. Ogni volta è fondamentale ricordare cosa vuol dire fare il giornalista, quali sono le regole della professione e in quale ambito si pongono. Ma ecco ora un docente della nostra Facoltà, il Professor Bruno Fiorai che insegna Diritto del lavoro e che vuole fare una domanda al nostro ospite.

BRUNO FIORAI: Dunque, una semplice osservazione da curioso dell’informazione, dal momento che dal mondo dell’informazione dipende l’assetto libertario della società e quindi l’informazione è

la prima garanzia della nostra libertà personale. Tutto sommato le idee che volevo esprimere sono state chiarite dall'ultimo intervento di Cammarata. Molto semplicemente, mi pare – ma non vorrei essere riduttivo –, che l'ultimo tema toccato sia in sostanza assai antico, non dipende dal fatto che oggi ci sia Internet, non dipende dalle nuove tecnologie.

Chi è giornalista, come si accredita il giornalista, come si accredita il diffusore di notizie, come noi fruitori della notizia possiamo fidarci di chi ci dà le notizie: questo è un tema antico come il mondo. Quindi è un tema indipendente dalle nuove tecnologie, che torna a riproporsi sempre con le medesime caratteristiche.

Ma volevo fare anche una piccolissima osservazione sul tema della salvaguardia della *privacy* e sui profili di responsabilità personale di chi diffonde notizie, per esempio chi contravviene alla legge penale procurando danno ad altri non consapevoli. E qui forse le nuove tecnologie presentano aspetti più insidiosi rispetto al passato, perché con l'informazione attraverso le nuove tecnologie la notizia sembra... "volatile" ma invece può essere comunque fermata in un documento scritto. Internet non è soltanto un veicolo di diffusione, una bocca che parla ma può essere uno strumento che dà, appunto, un documento scritto e quindi da questo punto di vista mi sembrerebbe opportuno pensare a qualche cautela. Per cui sicuramente l'individuazione giuridica del soggetto che poi fa da altoparlante e che comunica notizie, si pone come problema notevole. Ho l'impressione che se non riusciamo a individuare chi è quel signore, chi è quel canale di informazione che c'è dietro, forse creiamo confusione più che favorire la libertà di informazione.

CAMMARATA: C'è da considerare un altro aspetto, che è quello della possibilità di nascondersi sulla rete o di sfuggire a leggi repressive. Domani potrei dimettermi dall'Ordine dei Giornalisti e *InterLex* diventerebbe "stampa clandestina", ai sensi dell'articolo 16 della legge del '48: venite a sequestrarmela dopo che l'avrò messa su un *server* negli USA, dove l'informazione è intoccabile. Il primo emendamento della Costituzione americana (1791), dice che il Congresso non può fare leggi che limitino l'informazione, cioè taglia alla radice qualsiasi possibilità di intervento del potere, altro che articolo 21.

C'è un altro aspetto, quello di una selezione quasi darwiniana dei siti di informazione, per cui un giornale telematico acquista in tempi più o meno brevi, ma comunque abbastanza brevi rispetto all'informazione cartacea, una propria credibilità se è capace di conquistarsela sul campo.

Ultimo punto: quasi mai l'informazione scompare dalla rete. Molti pensano che uno dei problemi dell'informazione in rete sia la sua volatilità, diversamente dall'informazione su carta, che invece

rimane stampata. Sono tante le proposte di partiti e governi sulla tematica e sull'informazione, fin dalla metà degli anni '90. Per lo più non sono state realizzate, Io però ne conservo copia e le posso ripubblicare quando voglio...

LE DOMANDE DEGLI STUDENTI*

1. RICCARDO PRATESI: Laureato in Storia del giornalismo, diplomato presso la Scuola di Giornalismo della Università LUISS, collaboratore di varie testate locali e già *stagista* presso le redazioni milanesi e romana della *Gazzetta dello Sport*.
2. FRANCESCO MACCARI: Studente della Facoltà di Economia.
3. TOMMASO BRUNETTI: Laureato in Storia dei movimenti sindacali e già studente del Corso di Storia del giornalismo.
4. UNICO ROSSI: Dottorando in Sociologia e già studente del Corso di Storia del giornalismo.
5. PATRIZIA MARI: Laureata in Storia del giornalismo con una tesi su *Le radio private nel sistema radiotelevisivo internazionale (1966-1990). Il caso italiano di Radio Umbria*. Ha varie esperienze nel settore della comunicazione e dell'informazione ed è redattrice presso l'Agenzia di stampa *Akropolis*.
6. MARCO SIMONE: Studente del Corso di Storia del giornalismo.
7. FAUST D'AGATA: Laureando in Storia del giornalismo.
8. ALESSANDRO CORSI: Studente del Corso di Storia del giornalismo.
9. NICOLA VASAI: Già studente del Corso di Storia del giornalismo.
10. LUCA BARBONI: Già studente del Corso di Storia del giornalismo.
11. ALESSANDRO MEUCCI: Laureato in Sociologia con una tesi su *Agenzie di stampa e quotidiani. Una notizia dall'Ansa ai giornali*. Con lo stesso titolo ha pubblicato un saggio in: *Working papers*, Dipartimento di Scienze storiche giuridiche politiche e sociali, Università degli Studi di Siena, 2001.
12. BLU ABRAXAS MARZIALE: Già studente del Corso di Storia del giornalismo e *stagista* presso l'Ufficio stampa del Comune di Siena.
13. RICCARDO BRUNI: Laureato in Storia del giornalismo con una tesi su: *Il giornalismo on line. Il caso di Repubblica.it*. Collabora con la redazione grossetana della *Nazione*, per la cronaca di Orbetello e del Monte Argentario.
14. RICCARDO ROSSETTI: Laureando in Storia del giornalismo.

* L'elenco si basa sull'ordine di intervento. Un particolare ringraziamento va inoltre al Prof. Bruno Fiorai, al Professor Roberto De Vita, alla Professoressa Maria Dal Pra e alla Dottoressa Anna Muzzi.

SCHEDE BIOGRAFICHE

MARIO DE GREGORIO

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

Collaboratore di vari giornali e periodici locali e nazionali, si dedica da molti 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'Encyclopedie Italiana per il *Dizionario Biografico degli Italiani*.

Pubblicazioni

È autore di articoli e rassegne bibliografiche su riviste storiche, letterarie e professionali. Ha scritto un centinaio di saggi sulla stampa periodica italiana tra '700 e '900, ha collaborato a numerosi volumi collettanei, ha curato varie opere monografiche e ha redatto alcuni cataloghi documentari.

GIANNI TIBERI

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

Formazione

Laurea in Scienze politiche conseguita nel 1974 presso l'Università di Siena con una tesi sulla burocrazia e il rapporto con i gruppi di pressione.

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*, si occupa di calcio, basket e atletica
1974: Inizia a collaborare con la *Gazzetta dello Sport* (boxe e pagina Lombardia) 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

Oltre ad occuparsi redazionalmente di tutte le edizioni estive e invernali delle Olimpiadi tenute dal 1976, è stato responsabile della spedizione della *Gazzetta dello Sport* all'Olimpiade di Seoul nel 1988

Pubblicazioni

Ha pubblicato e curato volumi di argomento sportivo. Ha realizzato alcune voci per le principali encyclopedie del settore e ha scritto i testi di alcuni cortometraggi. In particolare si è occupato di nuoto, sci nautico, Olimpiadi, pugilato, alpinismo ricevendo numerosi premi giornalistici.

ROSSELLA CASTELNUOVO

Nata a Roma il 19 febbraio 1946.

Formazione

Laureata in Scienze naturali all'Università "La Sapienza" di Roma
Dal 1970 al 1983 ha svolto attività di ricerca biomedica in istituzioni pubbliche e private

Esperienze professionali

Si è dedicata al giornalismo scientifico e alla divulgazione della scienza,

fino a ricoprire il ruolo di vicedirettore di alcuni periodici del settore (*Scienza e dossier; Sapere; Farmacia-Trentatré*).

Ha collaborato e collabora con varie testate nazionali fra cui: programmi radiofonici della Rai; quotidiani e settimanali (*Paese Sera, L'Espresso, Il Manifesto, Salute-Repubblica*); pubblicazioni di settore (*Le Scienze, Il Farmacista, Agenzia Zadig*).

È attiva nell'ambito dei seminari e dei corsi formativi sui rapporti fra scienza e media. È docente del Master in comunicazione della scienza della Scuola Internazionale di Studi Avanzati (Sissa) di Trieste

Pubblicazioni

Ha svolto numerose attività editoriali e pubblicato alcuni libri, fra cui, ultimo, *Il pianeta Acqua. Viaggio attorno alla molecola della vita sulla Terra*, Cuen, 2001. Tra il 1999 e il 2001 ha ricevuto tre premi giornalistici del settore scientifico.

ENRICO ZANCHI

Nato a Siena il 19 maggio 1942.

Giornalista professionista e dirigente della Regione Toscana.

Formazione

Laurea in Lettere e Filosofia conseguita presso l'Università degli Studi di Firenze

Esperienze lavorative

Dal 1959 collabora costantemente 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 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.

Formazione

Laureato in Scienze Politiche, ha ricevuto per la tesi il premio istituito dalla Fondazione “G. D’Addario” per i migliori lavori in campo politico-economico.

Ha frequentato la Scuola di giornalismo del Centro Studi di Comunicazione di Roma e ha partecipato ad un Corso di giornalismo e scrittura creativa alla New York University.

Esperienze professionali

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

1990-1993 : vicesponsabile 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. Ha riorganizzato e diretto, alla dirette dipendenze del Presidente e del Segretario Generale, l’attività di comunicazione istituzionale di Montecitorio.

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

Pubblicazioni

Ha ideato un volume fotografico sulla Camera “dietro le quinte” pubblicato anche in lingua inglese. Ha progettato e gestisce il nuovo sito Internet della Camera (Premio “WWW” del *Sole 24 Ore* 1999 per la Pubblica Amministrazione).

MARIO TEDESCHINI LALLI

Nato a Roma il 27 agosto 1951.

Formazione

1976: Laurea in Lettere, Università degli Studi di Roma “La Sapienza”.

1977: Master of Science, Graduate School of Journalism, Columbia University, New York

Esperienze professionali

1977 -1978: redattore, redazione Multimedia, *Istituto dell'Enciclopedia Italiana*.
1978-1980: redattore, redazione Sindacato, *Agenzia AdnKronos*.
1980-1981: redattore, redazione Esteri, *Agenzia Italia*.
1982-1983: redattore, redazione Esteri, *Il Globo*.
1983-1991: redattore, vice caposervizio, redazione Esteri, *Il Messaggero*.
1991-1992: caporedattore, redazione Esteri, *L'Indipendente*.
1992-1997: redattore diplomatico, *La Repubblica*.
1997-1999: caposervizio, *Repubblica.it*

Dall'ottobre 1993: docente, *Istituto per la formazione al giornalismo* , Urbino.

Dall'ottobre 1999 : *managing editor, CNNitalia.it*.

Dal gennaio 2002 : caporedattore, *KatawebNews*.

Pubblicazioni

Studi e saggi di Storia contemporanea italiana e araba.

Ha pubblicato la Guida letteraria *In viaggio con Poirot*, Agatha Christie's Society, London-New York. Membro di associazioni culturali internazionali (SeSaMO, Società per gli studi sul Medio Oriente, Italia; Istituto Affari Internazionali, Roma).

MANLIO CAMMARATA

Giornalista *free lance* specializzato nei problemi dell'informazione e della comunicazione.

Formazione

Laureato in Giurisprudenza nel 1971 con una tesi sugli effetti criminogeni delle rappresentazioni di violenza nei programmi televisivi
Esperienze professionali

Tra gli anni '60 e '70 collabora con quotidiani e periodici (*Nuova Fotografia*, *Il Messaggero*, *Momento Sera*). Nel 1975 inizia a realizzare programmi *slide and sound* per scopi commerciali e culturali, sviluppando questa attività fino alla produzione professionale di spettacoli in multivisione. Nel 1979 ha fondato lo Studio Multicom – Comunicazione Multimedia, specializzato in progetti di comunicazione e realizzazioni audiovisive e multimediali.

Dal 1990 al 1998 ha collaborato con la rivista *MCmicrocomputer*, curando varie sezioni, come "Multimedia", "Informatica e società". Dal 1997 ha fondato e dirige *InterLex*, rivista multimediale di diritto delle tecnologie dell'informazione.

Ha insegnato o tenuto seminari presso l'Università degli Studi di Camerino, la Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione, l'Accademia di Belle Arti di Foggia, l'Istituto Europeo di Design e il Centrostudi Comunicazione Enrico Cogno e Associati. Nel 1994 ha diretto il primo "Corso superiore per progettisti della comunicazione multimediale" presso l'Istituto Quasar di Roma.

Pubblicazioni

Ha pubblicato il volume: *Gli audiovisivi nella comunicazione d'impresa*, Milano, Franco Angeli, 1987 .

BIBLIOGRAFIA, FONTI IN RETE, FONTI GIURIDICHE DI RIFERIMENTO*

Giornalismo sportivo

Borri A., (a cura di), *Sport e mass-media*, Roma-Bari, Laterza, 1990.
Facchinetti P., *Storia della stampa sportiva in Italia*, Bologna, Alfa, 1966.
Ghirelli A., *La stampa sportiva*, in *La stampa italiana del neocapitalismo*, a cura di Castronovo V., Tranfaglia N., Roma-Bari, Laterza, 1975.
Mandell R., *Storia culturale dello sport*, Roma-Bari, Laterza, 1989.
Ormezzano G.P., *La stampa sportiva*, in *La stampa italiana nell'età della TV*, a cura di Castronovo V., Tranfaglia N., Roma-Bari, Laterza, 1994, pp. 333-358.
Panico G., Papa A., *Storia sociale del calcio in Italia. Dal Club dei pionieri alla nazione sportiva (1887-1945)*, Bologna, Il Mulino, 2000.
Wenner Lawrence A. (ed.), *MediaSport*, London, Routledge, 1998.

Giornalismo scientifico

Prattico F., *Dal caos...alla coscienza*, Roma-Bari, Laterza, 1998.
Musajo Somma A., *La divulgazione medico-scientifica. Il Terzo Uomo*, editoriale n. 43, sito web della "Informazione sanitaria in Puglia", www.tuttosanita.it, novembre 1999.
De Paoli P., *La Scienza e i media*, cfr. sito web dell'Unione giornalisti scientifici italiani, www.ugis.it, aprile 2001.
Id., *La Scienza influenza la cultura? La cultura influenza la scienza?*, in *INF-Notizie. Dai Quark alle Galassie*, Rivista dell'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare, n. 7, luglio 2001, sito web: www.infn.it

* Sono qui indicati solo alcuni riferimenti bibliografici e documentari (soprattutto italiani) per ognuno dei temi affrontati durante le *Iniziative su temi specifici*. Per un costante e completo aggiornamento si rinvia ad una tra le più complete e articolate fonti in rete, ovvero il sito dell'Ordine dei giornalisti del Consiglio regionale della Lombardia: www.odg.mi.it.

Id., *Come comunicare la scienza nel Terzo millennio*, cfr. www.ugis.it, novembre 2001.

Uffici stampa delle pubbliche amministrazioni

Decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29 (art.1, comma 2)

Decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281 (art.8)

Legge 7 giugno 2000, n.150, "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", pubblicata nella G.U. n. 136, 13 giugno 2000.

Poggiali V., *Uffici stampa. Dottrina e tecnica della comunicazione "timbrata" di aziende, enti, istituzioni*, Roma, Centro Documentazione Giornalistica, 2001.

Giornalismo on line

Giovanetti P.A., *Il giornale elettronico. L'informazione nell'era di Internet*, Firenze, Vallecchi, 1995.

Huitema C., *E Dio creò Internet*, Padova, Muzzio, 1996.

Martin C., *L'era digitale*, Milano, McGraw-Hill, 1997.

Pulcini E., *Giornalismo su Internet. Cercare, produrre e diffondere informazioni on line*, Roma, Castelvecchi, 1997.

Id., *Dopo Internet: storia del futuro dei media interattivi*, Roma, Castelvecchi, 1999.

Di Nardo N., *Internet: storia, tecnica, tecnologia*, Torino, Utet, 1999.

Piersanti A., Roidi V., *Giornalisti nella rete: Internet dentro e fuori le redazioni giornalistiche*, Roma, Ente dello spettacolo, 1999.

Ziccardi G., *Il diritto in Internet*, Modena, Mucchi, 1999.

Contaldo A., Di Fabio P., *Giornalismo on line, responsabilità e norme per il newsmaking tra Internet, telematica e multimedialità*, Prefazione di Corasaniti G., Roma, Centro Documentazione Giornalistica, 2001.

APPENDICE

Documento n. 1: Elenco di alcuni tra i principali periodici locali, nazionali e esteri conservati presso la Biblioteca comunale degli Intronati di Siena

Periodico	Data	Copie	Collocazione
<i>Gazzetta di Firenze</i> (Dipartimento dell'Arno)	'700-'800	2	LXXXII. F 1 LXXXII. F 36-37-38
<i>Journal des savants</i>	1780	3	
<i>Giornale dei Letterati</i> (Roma)	1745-1747-1748	3	LXXXII. E 42-50
<i>Notizie dal mondo</i>	1790	2	LXXXIII. F 11-12
<i>Giornale letterario di Siena</i>	—	3	P.S. 28
<i>Leipzig Zeitung</i> (Lipsia)	—	1	LXXX.A.25
<i>Gazzetta di Roma</i>	1798	2	LXXX.F 8-9
<i>Giornale romano</i>	1800	1	LXXX.F 10
<i>Giornale agrario toscano</i> (Georgofili)	1827-1828	2	Per. 33
<i>Bibliophile, Gazzette illustrée des amateurs</i>	1869	3	B XCII - B 1317
<i>Giornale degli eruditi e curiosi</i> (Padova)	82	1?	B XXIII C? 10-13
<i>Il Convegno. Giornale letterario</i> (Milano)	1885	3	LXXXIII.B 10-12
<i>Bollettino senese di Storia patria</i>	1894	1	
<i>Gazzetta del popolo</i> (G. della domenica) (Torino)	—	3	CIV2 C10-15 BII. A 13-17
<i>Gazzetta Ufficiale</i>	Regno 1963 Rep. sociale 1944 Repubblica 1946	1 1 1	
<i>La Nazione</i>	1859	1	GIORN
<i>Nazione del popolo</i>	1944 1947	2 1	GIORN GIORN

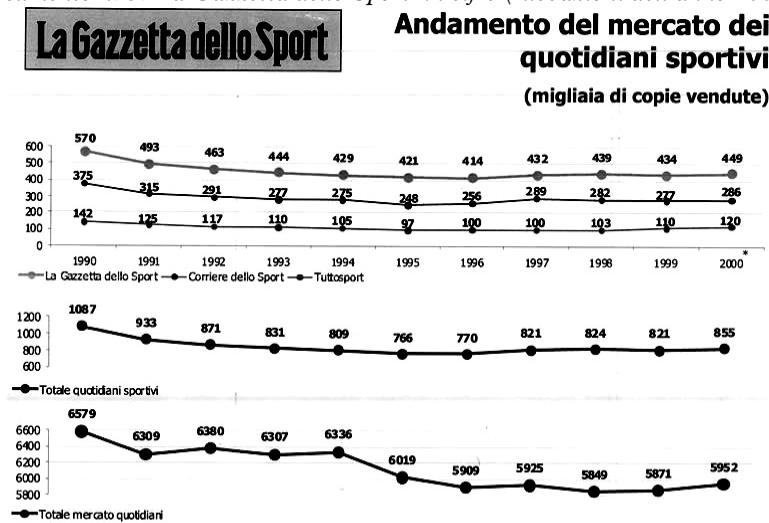
segue

<i>La Zanzara</i> (Siena)	1921-1924	2	P.S. 2.1.2
<i>Il Campo di Siena</i>	1952	2	Giorn.senesi 124
<i>Corriere della sera</i>	1974	2	GIORN

Documento n. 2: <http://www.LaNazione.it/Siena>



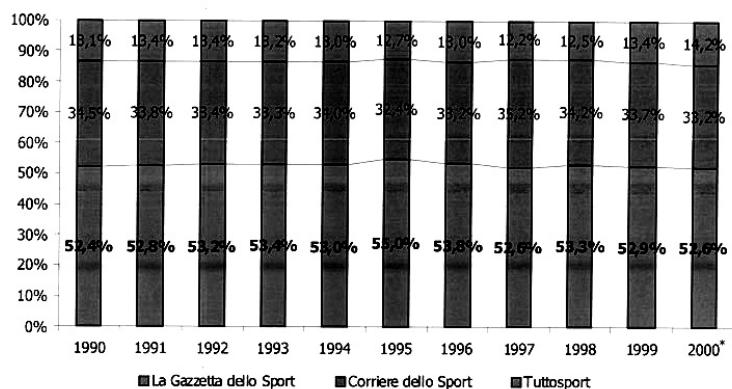
Documento n. 3: *La Gazzetta dello Sport* in cifre (rilevazioni dell'anno 2000)



Fonte: Diffusione RCS Quotidiani
* Stime Marketing

La Gazzetta dello Sport

Quote di mercato dei quotidiani sportivi

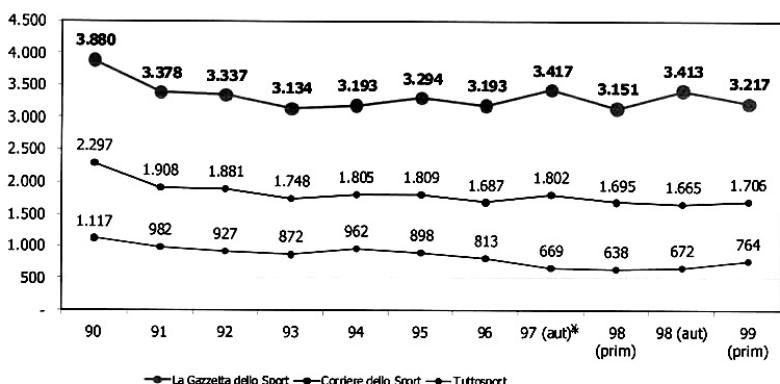


Fonte: Diffusione RCS Quotidiani
* Stime Marketing

La Gazzetta dello Sport

Lettori dei quotidiani sportivi

(Dati Audipress* in migliaia di lettori)

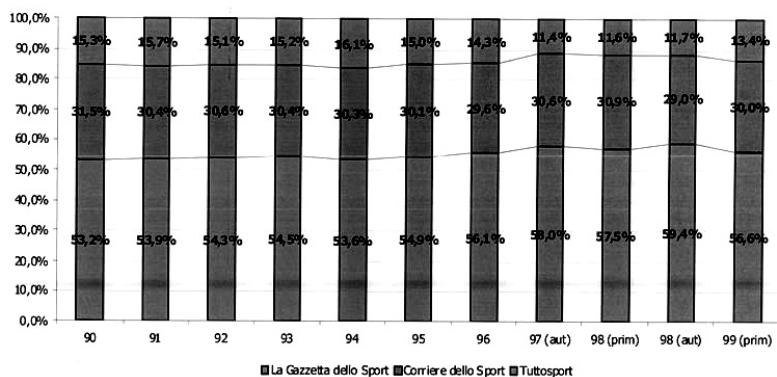


* L'ultimo rilevamento Audipress è relativo al primo semestre
99. Il prossimo rilevamento è previsto per il febbraio 2001

La Gazzetta dello Sport

Lettori dei quotidiani sportivi

(Dati Audipress*)



* L'ultimo rilevamento Audipress è relativo al primo semestre
99. Il prossimo rilevamento è previsto per il febbraio 2001

Documento n. 4: Caratteristiche e diffusione di Farmacia TrentaTré NOTIZIE FLASH NOVEMBRE 2000

Presentato "Farmacia Trentatré"
Gli italiani credono ai medici e ai farmacisti

Medici e farmacisti sono considerati le fonti di informazione scientifica più credibili, guadagnandosi la fiducia, rispettivamente, dell'87,5 e dell'83,2% degli italiani. Questo dato emerge da un'indagine sul rapporto tra gli italiani e l'informazione sanitaria che ha coinvolto 4.870 cittadini, rappresentativi delle diverse realtà sociali e territoriali del Paese, commissionata dal nuovo mensile "Farmacia TrentaTré" in occasione del suo lancio, edito da Italpromos Esis Publishing e presentato la scorsa settimana a Roma alla stampa specializzata.

Centomila copie vendute esclusivamente in farmacia, 162 pagine di foliazione minima, per un'informazione interamente dedicata alle patologie importanti, alle terapie per affrontarle, a grandi inchieste sui principali problemi della salute, alle notizie di servizio per "usare" meglio il sistema sanitario e a tutti quei temi dall'infanzia all'alimentazione, dal lavoro allo sport utili per vivere meglio e sviluppare un'autentica "cultura della prevenzione". È questa, in sintesi, la carta d'identità di "Farmacia TrentaTré", in vendita, dalla fine di ottobre, al prezzo di 4000 lire in più di tremila farmacie dislocate in tutte le regioni del Paese e raggiunte grazie a un accordo con il principale distributore farmaceutico nazionale, Alleanza Salute Italia.

Il direttore responsabile della nuova rivista è Cesare Fassari; il direttore scientifico è Carlo Gargiulo, medico di famiglia, noto al grande pubblico come con-

sulente della trasmissione di Rai3, "Elisir".

L'indagine evidenzia quindi che i professionisti della salute, continuano a costituire per i cittadini il più forte e autorevole riferimento informativo in campo sanitario. Buona anche la considerazione riservata agli infermieri (69,5%).

Per quanto riguarda poi il sistema mediale, la situazione si presenta più articolata: l'informazione dei quotidiani e delle riviste settimanali non specialistiche è giudicata soddisfacente dal 44% del campione. La fiducia cresce nei confronti di radio (56%), trasmissioni televisive (63,6%) e pubblicazioni specializzate (70,9%).

Resta rilevante il ruolo del circuito di familiari, parenti e amici, le cui informazioni in materia di salute sono meritevoli di fiducia per il 61,5% dei cittadini.

L'indagine ha anche individuato i temi che gli italiani vorrebbero vedere trattati in una rivista autorevole dedicata alla salute. Prevalgono, con oltre il 40% di preferenze, le richieste di informazioni sulla prevenzione delle malattie e sulle strutture cui rivolgersi in caso di bisogno. Rilevante anche la richiesta di notizie sulle diagnosi e cure (29,4%), sulle patologie (27,6%) e sul funzionamento e l'accesso al sistema sanitario (27,5%). Le terapie complementari sono invece le meno gettonate (19,2%). I dati sembrano indicare il bisogno di specificità e di Qualità degli italiani in materia di informazione sanitaria, insieme a una voglia di maggior concretezza.

Significativo, infine, il dato concernente il luogo di distribuzione, a parte l'edicola, di un giornale serio e autorevole dedicato alla salute: il 38,9% del campione vorrebbe acquistarlo in farmacia. Ma non meno rilevante è il 27,1% di preferenze registrato dagli studi medici, seguiti con grande distacco da UsI (14,2%), abbonamento postale (10,9%) e ospedali (7,1%). Sono soprattutto i diplomati e i laureati a esprimere interesse verso l'acquisto di una eventuale nuova rivista in farmacia, a dimostrazione dello stretto legame che viene percepito tra il luogo di acquisto e l'autorevolezza della testata.

Il nuovo mensile "Farmacia TrentaTré" sembra essere in linea con molte delle indicazioni emerse dall'indagine. "Vogliamo parlare della salute - ha spiegato Carlo Gargiulo - senza ansie e paure. E affrontare così anche argomenti e temi spesso trascurati, cercando di trasformare nozioni complesse in consigli semplici, cercando di curare un vizio della nostra epoca: quello di spiegare senza sapere". La copertina del primo numero di "Farmacia TentaTré" è dedicata ai figli del genoma e alle prospettive che la mappatura del Dna apre alla prevenzione e alla cura di importanti malattie. Sullo stesso numero sono presenti anche un'inchiesta sulla moda dei tatuaggi, un reportage sulla ricerca medica in Israele, un ampio dossier sul morbo di Parkinson, uno speciale su scuola e salute.

Fonte: sito web della Italpromo Health Group

*“Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione
delle pubbliche amministrazioni”*

pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 136 del 13 giugno 2000

Capo I.
PRINCIPI GENERALI

Art. 1.

(Finalità ed ambito di applicazione)

1. Le disposizioni della presente legge, in attuazione dei principi che regolano la trasparenza e l'efficacia dell'azione amministrativa, disciplinano le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni.

2. Ai fini della presente legge sono pubbliche amministrazioni quelle indicate all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29.

3. È fatta salva la disciplina vigente relativa alla pubblicità legale od obbligatoria degli atti pubblici.

4. Nel rispetto delle norme vigenti in tema di segreto di Stato, di segreto d'ufficio, di tutela della riservatezza dei dati personali e in conformità ai comportamenti richiesti dalle carte deontologiche, sono considerate attività di informazione e di comunicazione istituzionale quelle poste in essere in Italia o all'estero dai soggetti di cui al comma 2 e volte a conseguire:

a) l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;

b) la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa;

c) la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente.

5. Le attività di informazione e di comunicazione sono, in particolare, finalizzate a:

a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;

b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;

c) favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;

d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;

e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;

f) promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

6. Le attività di informazione e di comunicazione istituzionale di cui alla presente legge non sono soggette ai limiti imposti in materia di pubblicità, sponsorizzazioni e offerte al pubblico.

Art. 2.

(Forme, strumenti e prodotti)

1. Le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni si esplicano, oltre che per mezzo di programmi previsti per la comunicazione istituzionale non pubblicitaria, anche attraverso la pubblicità, le distribuzioni o vendite promozionali, le affissioni, l'organizzazione di manifestazioni e la partecipazione a rassegne specialistiche, fiere e congressi.

2. Le attività di informazione e di comunicazione sono attuate con ogni mezzo di trasmissione idoneo ad assicurare la necessaria diffusione di messaggi, anche attraverso la strumentazione grafico-editoriale, le strutture informatiche, le funzioni di sportello, le reti civiche, le iniziative di comunicazione integrata e i sistemi telematici multimediali.

3. Con uno o più regolamenti, da comunicare alla Presidenza del Consiglio dei ministri e alla Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, le pubbliche amministrazioni provvedono alla diffusione delle modalità e delle forme di comunicazione a carattere pubblicitario, in attuazione delle norme vigenti in materia.

Art. 3.

(Messaggi di utilità sociale e di pubblico interesse)

1. La Presidenza del Consiglio dei ministri determina i messaggi di utilità sociale ovvero di pubblico interesse, che la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo può trasmettere a titolo gratuito. Alla trasmissione di messaggi di pubblico interesse previsti dal presente comma sono riservati tempi non eccedenti il due per cento di ogni ora di programmazione e l'uno per cento dell'orario settimanale di programmazione di ciascuna rete. Le emittenti private, radiofoniche e televisive, hanno facoltà, ove autorizzate, di utilizzare tali messaggi per passaggi gratuiti.

2. Nelle concessioni per la radiodiffusione sonora e televisiva è prevista la riserva di tempi non eccedenti l'uno per cento dell'orario settimanale di programmazione per le stesse finalità e con le modalità di cui al comma 1.

3. Fatto salvo quanto stabilito dalla presente legge e dalle disposizioni relative alla comunicazione istituzionale non pubblicitaria, le concessionarie radiotelevisive e le società autorizzate possono, per finalità di esclusivo interesse sociale, trasmettere messaggi di utilità sociale.

4. I messaggi di cui al comma 3 non rientrano nel computo degli indici di affollamento giornaliero né nel computo degli indici di affollamento orario stabiliti dal presente articolo. Il tempo di trasmissione dei messaggi non può, comunque, occupare più di quattro minuti per ogni giorno di trasmissione per singola concessionaria. Tali messaggi possono essere trasmessi gratuitamente; qualora non lo fossero, il prezzo degli spazi di comunicazione contenenti messaggi di utilità sociale non può essere superiore al cinquanta per cento del prezzo di listino ufficiale indicato dalla concessionaria.

Art. 4.

(Formazione professionale)

1. Le amministrazioni pubbliche individuano, nell'ambito delle proprie dotazioni organiche, il personale da adibire alle attività di informazione e di comu-

nicazione e programmano la formazione, secondo modelli formativi individuati dal regolamento di cui all'articolo 5.

2. Le attività di formazione sono svolte dalla Scuola superiore della pubblica amministrazione, secondo le disposizioni del decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 287, dalle scuole specializzate di altre amministrazioni centrali, dalle università, con particolare riferimento ai corsi di laurea in scienze della comunicazione e materie assimilate, dal Centro di formazione e studi (FORMEZ), nonché da strutture pubbliche e private con finalità formative che adottano i modelli di cui al comma 1.

Art. 5.
(Regolamento)

1. Con regolamento da emanare, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, e successive modificazioni, previa intesa con la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, si provvede alla individuazione dei titoli per l'accesso del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione. Il medesimo regolamento prevede e disciplina altresì gli interventi formativi e di aggiornamento per il personale che già svolge attività di informazione e di comunicazione.

Art. 6.
(Strutture)

1. In conformità alla disciplina dettata dal presente Capo e, ove compatibili, in conformità alle norme degli articoli 11 e 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, e relative disposizioni attuative, le attività di informazione si realizzano attraverso il portavoce e l'ufficio stampa e quelle di comunicazione attraverso l'ufficio per le relazioni con il pubblico, nonché attraverso analoghe strutture quali gli sportelli per il cittadino, gli sportelli unici della pubblica amministrazione, gli sportelli polifunzionali e gli sportelli per le imprese.

2. Ciascuna amministrazione definisce, nell'ambito del proprio ordinamento degli uffici e del personale e nei limiti delle risorse disponibili, le strutture e i servizi finalizzati alle attività di informazione e comunicazione e al loro coordinamento, confermando, in sede di prima applicazione della presente legge, le funzioni di comunicazione e di informazione al personale che già le svolge.

Art. 7.
(Portavoce)

1. L'organo di vertice dell'amministrazione pubblica può essere coadiuvato da un portavoce, anche esterno all'amministrazione, con compiti di diretta collaborazione ai fini dei rapporti di carattere politico-istituzionale con gli organi di informazione. Il portavoce, incaricato dal medesimo organo, non può, per tutta la durata del relativo incarico, esercitare attività nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche.

2. Al portavoce è attribuita una indennità determinata dall'organo di vertice nei limiti delle risorse disponibili appositamente iscritte in bilancio da ciascuna amministrazione per le medesime finalità.

Art. 8.

(Ufficio per le relazioni con il pubblico)

1. L'attività dell'ufficio per le relazioni con il pubblico è indirizzata ai cittadini singoli e associati.

2. Le pubbliche amministrazioni, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, provvedono, nell'esercizio della propria potestà regolamentare, alla ridefinizione dei compiti e alla riorganizzazione degli uffici per le relazioni con il pubblico secondo i seguenti criteri:

a) garantire l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni;

b) agevolare l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative, e l'informazione sulle strutture e sui compiti delle amministrazioni medesime;

c) promuovere l'adozione di sistemi di interconnessione telematica e coordinare le reti civiche;

d) attuare, mediante l'ascolto dei cittadini e la comunicazione interna, i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi da parte degli utenti;

e) garantire la reciproca informazione fra l'ufficio per le relazioni con il pubblico e le altre strutture operanti nell'amministrazione, nonché fra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle varie amministrazioni.

3. Negli uffici per le relazioni con il pubblico l'individuazione e la regolamentazione dei profili professionali sono affidate alla contrattazione collettiva.

Art. 9.

(Uffici stampa)

1. Le amministrazioni pubbliche di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, possono dotarsi, anche in forma associata, di un ufficio stampa, la cui attività è in via prioritaria indirizzata ai mezzi di informazione di massa.

2. Gli uffici stampa sono costituiti da personale iscritto all'albo nazionale dei giornalisti. Tale dotazione di personale è costituita da dipendenti delle amministrazioni pubbliche, anche in posizione di comando o fuori ruolo, o da personale estraneo alla pubblica amministrazione in possesso dei titoli individuati dal regolamento di cui all'articolo 5, utilizzato con le modalità di cui all'articolo 7, comma 6, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, nei limiti delle risorse disponibili nei bilanci di ciascuna amministrazione per le medesime finalità.

3. L'ufficio stampa è diretto da un coordinatore, che assume la qualifica di capo ufficio stampa, il quale, sulla base delle direttive impartite dall'organo di vertice dell'amministrazione, cura i collegamenti con gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni da fornire nelle materie di interesse dell'amministrazione.

4. I coordinatori e i componenti dell'ufficio stampa non possono esercitare, per tutta la durata dei relativi incarichi, attività professionali nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche. Eventuali deroche possono essere previste dalla contrattazione collettiva di cui al comma 5.

5. Negli uffici stampa l'individuazione e la regolamentazione dei profili professionali sono affidate alla contrattazione collettiva nell'ambito di una speciale area di contrattazione, con l'intervento delle organizzazioni rappresentative della categoria dei giornalisti. Dall'attuazione del presente comma non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

Art. 10.

(Disposizione finale)

1. Le disposizioni del presente Capo costituiscono principi fondamentali ai sensi dell'articolo 117 della Costituzione e si applicano, altresì, alle regioni a statuto speciale e alle province autonome di Trento e di Bolzano nei limiti e nel rispetto degli statuti e delle relative norme di attuazione.

Capo II. DISPOSIZIONI PARTICOLARI PER LE AMMINISTRAZIONI DELLO STATO

Art. 11.

(Programmi di comunicazione)

1. In conformità a quanto previsto dal Capo I della presente legge e dall'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, nonchè dalle direttive impartite dal Presidente del Consiglio dei ministri, le amministrazioni statali elaborano annualmente il programma delle iniziative di comunicazione che intendono realizzare nell'anno successivo, comprensivo dei progetti di cui all'articolo 13, sulla base delle indicazioni metodologiche del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri. Il programma è trasmesso entro il mese di novembre di ogni anno allo stesso Dipartimento. Iniziative di comunicazione non previste dal programma possono essere promosse e realizzate soltanto per particolari e contingenti esigenze sopravvenute nel corso dell'anno e sono tempestivamente comunicate al Dipartimento per l'informazione e l'editoria.

2. Per l'attuazione dei programmi di comunicazione il Dipartimento per l'informazione e l'editoria provvede in particolare a:

a) svolgere funzioni di centro di orientamento e consulenza per le amministrazioni statali ai fini della messa a punto dei programmi e delle procedure. Il Dipartimento può anche fornire i supporti organizzativi alle amministrazioni che ne facciano richiesta;

b) sviluppare adeguate attività di conoscenza dei problemi della comunicazione pubblica presso le amministrazioni;

c) stipulare, con i concessionari di spazi pubblicitari, accordi quadro nei quali sono definiti i criteri di massima delle inserzioni radiofoniche, televisive o sulla stampa, nonchè le relative tariffe.

Art. 12.

(Piano di comunicazione)

1. Sulla base dei programmi presentati dalle amministrazioni statali, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria predisponde annualmente il piano di

comunicazione, integrativo del piano di cui all'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, che è approvato dal Presidente del Consiglio dei ministri.

2. Una copia del piano approvato è trasmessa alle amministrazioni. Ciascuna amministrazione realizza il piano per le parti di specifica competenza anche avvalendosi della collaborazione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria. Entro il 31 gennaio dell'anno successivo a quello di riferimento, i Ministri trasmettono al Presidente del Consiglio dei ministri una relazione su quanto previsto dal presente comma.

Art. 13.

(Progetti di comunicazione a carattere pubblicitario)

1. Le amministrazioni dello Stato sono tenute ad inviare al Dipartimento per l'informazione e l'editoria, ai fini della formulazione di un preventivo parere, i progetti di comunicazione a carattere pubblicitario che prevedono la diffusione dei messaggi sui mezzi di comunicazione di massa.

2. I progetti di cui al comma 1 devono, in particolare, contenere indicazioni circa l'obiettivo della comunicazione, la copertura finanziaria, il contenuto dei messaggi, i destinatari e i soggetti coinvolti nella realizzazione. Deve, inoltre, essere specificata la strategia di diffusione con previsione delle modalità e dei mezzi ritenuti più idonei al raggiungimento della massima efficacia della comunicazione.

3. Per le campagne di comunicazione a carattere pubblicitario, le amministrazioni dello Stato tengono conto, ove possibile, in relazione al tipo di messaggio e ai destinatari, anche delle testate italiane all'estero.

Art. 14.

(Finanziamento dei progetti)

1. La realizzazione dei progetti di comunicazione a carattere pubblicitario delle amministrazioni dello Stato, integrativi del piano di cui all'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, ritenuti di particolare utilità sociale o di interesse pubblico, è finanziata nei limiti delle risorse disponibili in bilancio per il centro di responsabilità n. 17 "Informazione ed editoria" dello stato di previsione della Presidenza del Consiglio dei ministri, intendendosi ridotta in misura corrispondente l'autorizzazione di spesa di cui all'articolo 5 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.

Art. 15.

(Procedure di gara)

1. Per la realizzazione delle iniziative di comunicazione istituzionale a carattere pubblicitario la scelta dei soggetti professionali esterni è effettuata, anche in deroga ai limiti previsti dall'articolo 6 del regio decreto 18 novembre 1923, n. 2440, nel rispetto delle disposizioni del decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 157. A tali fini, con regolamento da emanare, su proposta del Presidente del Consiglio dei ministri, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, e successive modificazioni, entro quarantacinque giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono stabiliti i criteri per la individuazione dei soggetti pro-

fessionali da invitare alle procedure di selezione, nonchè per la determinazione delle remunerazioni per i servizi prestati. A tali fini si tiene conto anche dei criteri stabiliti in materia dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Art. 16.
(Abrogazioni)

1. Sono abrogati l'articolo 5, commi 6, 7 e 8, della legge 25 febbraio 1987, n. 67, e l'articolo 9 della legge 6 agosto 1990, n. 223, e successive modificazioni.

Documento n. 6: <http://www.camera.it>



Documento n. 7: <http://www.cnnitalia.it>

Documento n. 8a: <http://www.interlex.it>

Documento n. 8b: Registrare una testata in Internet. Il caso di InterLex

REGISTRARE UNA TESTATA INTERNET
Ordinanza del Tribunale di Roma
del 6 novembre 1997

Per la registrazione della testata Interlex TRIBUNALE CIVILE E PENALE DI ROMA SEZIONE PER LA STAMPA E L'INFORMAZIONE IL PRESIDENTE

– VISTA la richiesta del Dott. Manlio Cammarata, depositata in cancelleria il 14 aprile 1997, relativa alla registrazione ai sensi dell'art. 5 della Legge 8 febbraio 1948, n. 47, del periodico "INTERLEX", trasmesso da Roma a mezzo rete telefonica e personal computer;

– VISTA la dichiarazione integrativa depositata in data 15 aprile 1997, con la quale il Dott. Cammarata precisa che il periodico de quo sarà diffuso da Roma a mezzo rete telefonica, in formato digitale con i protocolli tecnici della rete INTERNET;

– VISTA la nota del Ministero delle Poste e Telecomunicazioni - D. G. Concessioni e Autorizzazioni - Divisione IV/I del 24 giugno 1997, da cui si evince:

*che il sistema telematico INTERNET è un sistema misto di reti che permette ad un utente di collegarsi ad un altro utente e dialogare con esso, trasmettere e copiare file, consultare database presenti su altri computer ecc. Per cui INTERNET può considerarsi una sorta di ragnatela mondiale di cavi, la quale non ha né un proprietario né un sistema di controllo centralizzato; cresce e si evolve per aggregazioni spontanee anche tramite società commerciali denominate "Service Provider", le quali, attraverso una serie di propri apparati, permettono, dietro pagamento di un canone, l'accesso al servizio;

*che per l'accesso ad "INTERNET" occorre avere una linea telefonica commutata o diretta, un computer, una scheda elettronica denominata "modem" (modulatore/demodulatore, il quale consente di convertire i segnali digitali del computer in impulsi analogici compatibili con la linea telefonica e viceversa, per accedere al servizio desiderato) e naturalmente abbonarsi al servizio con una delle tante sopracitate società di "Service Provider";

*che i fornitori di accesso alla rete INTERNET (Service Provider) devono rendere una dichiarazione o fare una domanda di autorizzazione sulla base del tipo di rete utilizzata per fornire ai dienti l'accesso, cioè la rete pubblica commutata (fino all'1/1/1998 ancora gestiti in regime di monopolio da Telecom Italia) o collegamenti diretti;

– CONSIDERATO che il Tribunale di Roma, Sezione per la Stampa e l'Informazione, già da tempo ha ritenuto che un periodico telematico può beneficiare della tutela rappresentata dalla registrazione, in quanto possiede sia il requisito ontologico, sia quello finalistico relativo alla diffusione delle notizie, pur con una tecnica di diffusione diversa dalla stampa;

– CONSIDERATO che le nozioni di periodico, quotidiano e agenzia di stampa sono sempre state intese in modo estremamente ampio, proprio allo scopo di evitare forme di sindacato o di controllo sui contenuti stessi;

– CONSIDERATO che la Suprema Corte di Cassazione ha avuto modo di affermare che nel concetto di periodico va ricompresa ogni pubblicazione pro-

grammaticamente periodica “quale ne sia il contenuto informativo e ne sia stata o no prestabilita la conclusione del piano di pubblicazione. Né a fondare l’esclusione della tipologia può valere il fatto che il messaggio di cui è portatrice sia trasmesso in tutto o in parte con mezzi diversi dalla stampa tradizionale”;

– CONSIDERATO che in queste espressioni si coglie l’intendimento di ampliare la tradizionale nozione di periodico, onde adeguarla alle forme di diffusione più moderne, che, in tale linea di tendenza, la compatibilità delle nuove tecniche editoriali con la vigente normativa trova risposta positiva;

– VISTA la nota del Ministero di Grazia e Giustizia - Direzione Generale degli Affari Civili e delle Libere Professioni - Ufficio VII - Prot. N. 7/38002/8094 del 26 ottobre 1995, da cui si evince che i cosiddetti "giornali telematici" (videotel, televideo, audiotel, ecc.) non rientrano nella previsione di cui all’art. 28 della Legge n. 69 del 3 febbraio 1963 (che consente a coloro che non esercitano la professione di giornalista di essere iscritti nell’elenco Speciale quali direttori responsabili di periodici a carattere tecnico, professionale e scientifico) e, pertanto oltre ad essere sottoposti all’obbligo della registrazione di cui all’art. 5 della Legge 8 febbraio 1948, n. 47, devono essere diretti esclusivamente da un giornalista iscritto all’Albo (professionista o pubblicista);

– RITENUTO che, nel caso di specie, il periodico di cui si chiede la registrazione è trasmesso da un sito INTERNET ubicato nel territorio sul quale ha competenza il Tribunale di Roma;

– RITENUTO che il luogo di trasmissione deve essere equiparato al luogo di pubblicazione; P.Q.M.

DISPONE la registrazione del periodico telematico plurisettimanale “INTERLEX”, trasmesso a mezzo rete telefonica, in formato digitale con i protocolli tecnici della rete INTERNET dal “service provider” EUREKA COMUNICAZIONE TELEMATICA S. R. L., - Via Anapo n. 46 - ROMA, come da provvedimento che si allega.

Roma, 6 Novembre 1997 IL DIRIGENTE

Dott. Giorgio PARNASI IL PRESIDENTE

Dott. Raffaello CIARDI

Fonte: Agenda della stampa Toscana 2001, Signa, Firenze, Nova arti grafiche, 2000, pp. 15-16.

**COLLANE ATTIVATE PRESSO IL DIPARTIMENTO DI SCIENZE STORICHE,
GIURIDICHE, POLITICHE E SOCIALI (DI GIPS)
DELL'UNIVERSITÀ DI SIENA**

Collana Monografie

1. Stefano Berni, *Per una filosofia del corpo. Heidegger e Foucault interpreti di Nietzsche*.

2. Paolo Zanotto, *Il movimento libertario americano dagli anni Sessanta ad oggi: radici storico-dottrinali e discriminanti ideologico-politiche*.

Collana Studi e ricerche

1. Fabio Berti (a cura di), *Processi migratori e appartenenza*.
2. Fabio Berti (a cura di), *Cooperazione sociale e imprenditorialità giovanile*.

3. Lorenzo Nasi, *Tunibamba. Eutopia di uno sviluppo alternativo in un progetto di cooperazione allo sviluppo*.

Collana Working papers

1. Sergio Amato, *Partiti, associazioni di interessi e primato dell'amministrazione nel pensiero politico tedesco tra la metà dell'Ottocento e la prima guerra mondiale*, 1991
2. Maurizio Cotta, *Elite unification and democratic consolidation in Italy: an historical overview*, 1991
3. Paul Corner, *Women and fascism. Changing family roles in the transition from an agricultural to an industrial society*, 1991
4. Donatella Cherubini, *Bonomi e Modigliani: due riformisti a confronto*, 1992
5. Mario Ascheri, *I giuristi, l'umanesimo e il sistema giuridico dal Medioevo all'Età Moderna*, 1992
6. Michele Barbieri, *Politica e politiche nel Götz von Berlichingen*, 1992
7. Roberto De Vita, *Società in trasformazione e domanda etica*, 1992
8. Floriana Colao, *Libertà e "statificazione" nell'Università liberale*, 1992
9. Maurizio Cotta, *New party systems after the dictatorship: dimensions of analysis. The european cases in a comparative perspective*, 1993
10. Pierangelo Isernia, *Pressioni internazionali e decisioni nazionali. Una analisi comparata della decisione di schierare missili di teatro in Italia, Francia e Germania Federale*, 1993
11. Federico Valacchi, *Per una definizione del ceto mercantile italiano durante il xvii secolo: il caso Giuseppe Rossano*, 1993
12. Letizia Gianformaggio, *Le ragioni del realismo giuridico come teoria dell'istituzione o dell'ordinamento concreto*, 1993
13. Roberto Tofanini, *La tutela della dos: le retentio-nes. Appunti per una ricerca*, 1993
14. Simone Neri Serneri, *Labour and nation building in Italy, 1918-1950: mass parties and the democratic state*, 1993
15. Ariane Landuyt, *Il modello "rimosso". Pragmatismo, etica, solidarietà e principio federativo nelle interrelazioni fra socialismo belga e socialismo italiano*, 1994
16. Enrico Diciotti, *Verità e discorso nel diritto: il caso dell'interpretazione giudiziale*, 1994
17. Maria Assunta Ceppari Ridolfi, *La lite del grano: un terratico contesto tra Sant'Antimo e Castelnovo dell'Abate (1421)*, 1994
18. Stefano Maggi, *Le ferrovie nell'Africa italiana: aspetti economici, sociali e strategici*, 1995
19. Fabio Grassi Orsini, *La Diplomazia Fascista*, 1995
20. Luca Verzichelli, *Le politiche di bilancio. Il debito pubblico da risorsa a vincolo*, 1995
21. Maurizio Cotta, *L'Ancien Régime et la Révolution ovvero La crisi del governo di partito all'italiana*, 1995
22. Gerhard A. Ritter, *The upheaval of 1989/91 and the Historian*, 1995
23. Daniele Pasquinucci, *Altiero Spinelli Consigliere del Principe. La lotta per la Federazione Europea negli anni Sessanta*, 1996
24. Valeria Napoli, *Il laurismo: problemi di interpretazione*, 1996
25. Vito Velluzzi, *Analoga giuridica ed interpretazione estensiva: usi ed abusi in diritto penale*, 1996
26. Maurizio Cotta, Luca Verzichelli, *Italy: from constrained coalitions to alternating governments?* 1996
27. Mario Ascheri, *La renaissance à Sienne (1355-1559)*, 1997
28. Roberto De Vita, *Incertezza, Pluralismo, Democrazia*, 1997
29. Jean Blondel, *Institutions et comportements politiques italiens. "Anomalies et miracles"*, 1997
30. Gerardo Nicolosi, *Per una storia dell'amministrazione provinciale di Siena. Il personale elettivo (1865-1936) fonti, metodologia della ricerca e costruzione della banca dati*, 1997
31. Andrea Ragusa, *Per una storia di Rinascita*, 1998
32. Fabio Berti, *Immigrazione e modelli familiari. I primi risultati di una ricerca empirica sulla comunità islamica di Colle Val d'Elsa e sulla comunità cinese di San Donnino*, 1998

segue

33. Roberto De Vita, *Religione e nuove religiosità*, 1998
34. Mario Galleri, *La rappresentazione della Resistenza (1955-1975)*, 1998
35. Gianni Silei, *Le socialdemocrazie europee e le origini dello Stato sociale (1880-1939)*, 1999
36. Roberto De Vita, *Il cappello degli ebrei. Considerazioni sociologiche attorno alla fine della vita*, 1999
37. Luigi Pirone, *Il cattolicesimo sociale di Carlo Maria Curci*, 1999
38. Andrea Ragusa, *Sulla generazione di Bad Godesberg. Appunti e proposte bibliografiche*, 1999
39. Unico Rossi, *La cittadinanza oggi. Elementi di discussione dopo Thomas H. Marshall*, 2000.
40. Roberto Bartali, *La nuova comunicazione politica. Il partito telematico, una ricerca empirica sui partiti italiani*, 2000.
41. Paolo Ciancarelli, *Sulla genesi del concetto di Oligarchia in Michels: una reinterpretazione storico-critica*, 2000.
42. Alessandro Meucci, *Agenzie di stampa e quotidiani. Una notizia dall'Ansa ai giornali*, 2001

Gli arretrati possono essere richiesti al Dipartimento di Scienze storiche, giuridiche, politiche e sociali, Tel. 0577/235290, Fax 0577/235292, e-mail bartali@unisi.it

Collana *Documenti di Storia*

1. D. Ciampoli, *Il Capitano del Popolo a Siena nel primo Trecento* (1984).
2. I. Calabresi, *Montepulciano nel Trecento. Contributi per la storia giuridica e storia istituzionale. Edizione delle quattro riforme maggiori (1340 c.-1374) dello statuto del 1337* (1987).
3. Comune di Abbadia San Salvatore, Abbadia San Salvatore. *Comune e monastero in testi del secolo XIV-XVIII* (1986).
4. *Siena e il suo territorio nel Rinascimento*, I, Documenti raccolti da M. Ascheri e D. Ciampoli (1986).
5. *Siena e il suo territorio nel Rinascimento*, II, Documenti raccolti da M. Ascheri e D. Ciampoli (1990).
6. M. Salem Elsheik, *In Val d'Orcia nel Trecento: lo statuto signorile di Chiarentana* (1990).
7. *Antica legislazione della Repubblica di Siena*, a cura di M. Ascheri (1993).
8. Abbadia San Salvatore. *Una comunità autonoma nella Repubblica di Siena, con edizione dello statuto (1434-sec. XVII)*, a cura di M. Ascheri e F. Mancuso, trascrizioni di D. Guerrini, S. Guerrini e I. Imberciadori - carta del territorio di S. Mambrini, con un contributo di D. Ciampoli (1994).
9. V. Passeri, *Indici per la storia della Repubblica di Siena* (1993).
10. *Gli insediamenti della Repubblica di Siena nel 1318*, a cura di L. Neri e V. Passeri (1994).
11. *Bucine e la Val d'Ambra nel Dugento. Gli ordini dei Conti Guidi*, a cura di M. Ascheri, M.A. Ceppari, E. Jacona, P. Turrini (1995).
12. *Tra Siena e Maremma. Pari e il suo statuto*, a cura di L. Nardi e F. Valacchi (1995).
13. *Gli albori del Comune di San Gimignano e lo statuto del 1314*, a cura di M. Brogi, con contributi di M. Ascheri - Ch. M. de la Roncière - S. Guerrini (1995).
14. *Il Libro Bianco di San Gimignano. I documenti più antichi del Comune (secc. XII-XIV)*, a cura di D. Ciampoli, I. Vichi, D. Waley (1996).
15. M. Chiantini, *Il consilium sapientis nel processo del secolo XIII. San Gimignano 1246-1310* (1996).
16. A. Dani, *Il Comune medievale di Piancastagnaio e i suoi statuti*.
17. *L'inventario dell'Archivio storico del Comune di Massa Marittima*, a cura di S. Soldatini (1996).
18. F. Bertini, *Feudalità e servizio del Principe nella Toscana del '500* (1996).
19. M. Chiantini, *La Mercanzia di Siena nel Rinascimento. La normativa dei secoli XIV-XVI*. (1996).
20. G. E. Franceschini, *Lo statuto del Comune di Monterotondo (1578)* (1997).
21. P. Turrini, "Per honore et utile della città di Siena". *Il Comune e l'edilizia nel Quattrocento* (1997).
22. D. Maggi, *Memorie storiche della terra di Chianciano per servire alla storia di Siena*, a cura di B. Angeli (1997).
23. M. Ascheri, *I giuristi e le epidemie di peste (secoli XIV-XVI)* (1997).
24. *Monticiano e il suo territorio*, a cura di M. Borra-
celli e M. Borracelli (1997).
25. M. Gattoni da Camogli, *Pandolfo Petrucci e la politica estera della Repubblica di Siena (1487-1512)* (1997).
26. *Lo statuto del Comune di Chiusdino (1473)*, a cura di A. Picchianti. Presentazione di D. Ciampoli (1998).
27. A. Dani, *I Comuni dello Stato di Siena e le loro assemblee (sec. XIV-XVIII). I caratteri di una cultura giuridico-politica* (1998).
28. M. A. Ceppari, *Maghi, streghe e alchimisti a Siena e nel suo territorio (1458-1571)* (1999).
29. *Rare Law Books and the Language of Catalogues*, a cura di M. Ascheri e L. Mayali con la collaborazione di S. Pucci (1999).
30. S. Pucci, *Lo statuto dell'Isola del Giglio del 1558* (1999).
31. M. Filippone, G.B. Guasconi, S. Pucci, *Una signoria nella Toscana moderna. Il Vescovado di Murlo (Siena) nel secolo XVIII* (1999).
32. *Un grande ente culturale senese: l'istituto di*

segue

Celso Tolomei, nobile collegio - convitto nazionale (1676-1997), a cura di R. Giorgi (2000).

33. E. Mecacci, *Condanne penali fra normativa e prassi nella Siena dei Nove. Frammenti di registri del primo Trecento (con una breve nota sulla storia di Arcidosso)*, (2000).
34. M. Falorni, *Arte, cultura e politica a Siena nel primo Novecento. Fabio Bargagli Petrucci (1875-1939)*, (2000).
35. O. Di Simplicio, *Inquisizione, stregoneria, medicina. Siena e il suo Stato (1580-1721)*, 2000.
36. *Siena e il suo territorio nel rinascimento* (2000)
37. C. Shaw, *L'ascesa al potere di Pandolfo Petrucci il Magnifico, Signore di Siena*, (2001)
38. *Siena e Maremma nel Medioevo*, a cura di Mario Ascheri, (2001)
39. G. Merlotti, *Tavole cronologiche di tutti i Rettori antichi e moderni delle parrocchie della Diocesi di Siena fino all'anno 1872*, trascrizione di Mino Marchetti, (2001)
40. *Gli archivi della Camera del Lavoro di Grosseto nella Biblioteca di Follonica*, inventario a cura di Simonetta Soldatini, (2002)

Per informazione sulla disponibilità degli arretrati rivolgersi al Dipartimento di Scienze storiche, giuridiche, politiche e sociali, Tel. 0577/235296, Fax 0577/235292, e-mail puccis@unisi.it

Collana *Occasional papers* del CIRCaP, Centro interdipartimentale di ricerca sul cambiamento politico

1. Maurizio Cotta, Alfio Mastropaoletti, Luca Verzichelli, *Italy: Parliamentary elite transformations along the discontinuous road of democratization*
2. Paolo Bellucci, Pierangelo Isernia, *Massacring in front of a blind audience*
3. Sergio Fabbrini, *Chi guida l'esecutivo? Presidenza della Repubblica e Governo in Italia (1996-1998)*
4. Simona Oreglia, *Opinione pubblica e politica estera. L'ipotesi di stabilità e razionalità del pubblico francese in prospettiva comparata*
5. Robert Dahl, *The past and future of democracy*
6. Maurizio Cotta, *On the relationship between party and government*
7. Jean Blondel, *Formation, life and responsibility of European executive*
8. Maurice Croisat, Jean Marcou, *Lo Stato e le collettività locali: la tradizione francese*

Gli arretrati possono essere richiesti alla segreteria del CIRCaP, Tel. 0577/235299, Fax 0577/235292, e-mail circap@unisi.it

Collana del CRIE, Centro di ricerca sull'integrazione europea

1. Ariane Landuyt (a cura di), *Interessi nazionali e idee federaliste nel processo di unificazione europea*
2. Daniele Pasquinucci, *Altiero Spinelli e la sinistra italiana dal centro sinistra al compromesso storico*
3. Ariane Landuyt (a cura di), *L'Unione europea. Un bilancio alle soglie del Due mila*

Collana *European studies papers* del CRIE, Centro di ricerca sull'integrazione europea

1. Simona Guerra, *La Polonia e l'allargamento ad Est dell'Unione europea: le posizioni della Francia e della Germania*
2. Carmen Freire da Costa, *L'identité européenne et les droits de l'homme*

Gli arretrati possono essere richiesti alla segreteria del CRIE, Tel. 0577/235297, Fax 0577/235292, e-mail crie@unisi.it

Finito di stampare nel mese di Aprile 2002
presso le Edizioni Cantagalli