

# GIORNALISTI IN FACOLTÀ/6

A. A. 2007-2008

a cura di  
DONATELLA CHERUBINI  
E  
MARIO DE GREGORIO

COLLANA «STUDI E RICERCHE»

DIPARTIMENTO DI SCIENZE STORICHE, GIURIDICHE,  
POLITICHE E SOCIALI  
DI GIPS

2010

Direttore Responsabile: Paolo Bellucci (Direttore del Dipartimento)

Impaginazione e redazione: Roberto Bartali, Silvio Pucci

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

## STUDI E RICERCHE

21



## INDICE

### INDICE

Introduzione (di Donatella Cherubini).....	p. 7
Elenco delle Iniziative su temi specifici .....	p. 11
MARIO DE GREGORIO ( <i>Università degli Studi di Siena</i> ) Appunti per una bibliografia dell'editoria senese .....	p. 13
Giornalismo, informazione, comunicazione: esperienze e percorsi dopo la laurea (Cristian Lamorte, Riccardo Pratesi, Cristiano Pellegrini, Giovanni Pellicci, Melissa Sinibaldi, Nicola Vasai).....	p. 21
DANIELE REDAELLI - RICCARDO PRATESI ( <i>La Gazzetta dello Sport</i> ) Giornale stampato, giornale on line e blog: il caso della Gazzetta dello Sport.....	p. 37
ENRICO ZANCHI ( <i>Esperto di Uffici stampa delle Pubbliche amministra- zioni</i> ) - GIOVANNI PELLICCI ( <i>Agenzia Freelance</i> ) Notizie dagli Uffici stampa, oltre il giornalismo stampato.....	p. 57
ANTONIO DIPOLLINA ( <i>la Repubblica</i> ) Tv e blog a confronto .....	p. 71
GIANNI LUCARINI ( <i>Giornale Radio, Rai Internet</i> ) Radio, Internet, blog .....	p. 81
Schede biografiche .....	p. 87



Donatella Cherubini

### *Introduzione*

Questo volume costituisce il sesto contributo alla serie dei *Giornalisti in Facoltà*, pubblicata dal Dipartimento di Scienze storiche, giuridiche, politiche e sociali dell'Università degli Studi di Siena<sup>1</sup>. Come negli anni scorsi vengono qui raccolti i testi delle conferenze tenute da giornalisti ed esperti dell'editoria per gli studenti del Corso di Storia del giornalismo della Facoltà di Scienze Politiche.

Lo scopo iniziale dell'iniziativa è stato quello di integrare i contenuti didattici e scientifici del programma istituzionale con concreti richiami all'attualità, che potessero stimolare l'interesse degli studenti ma anche consentire il confronto su uno specifico e articolato ambito lavorativo. Nel complesso si è poi di fatto realizzato un vero e proprio monitoraggio delle sempre più incalzanti e ampie innovazioni che investono il giornalismo e ogni altro settore dell'informazione. Di anno in anno gli interventi degli ospiti e degli studenti riflettono perciò quei fenomeni che sono ormai centrali sul piano internazionale: dalla crisi della carta stampata, al ruolo dell'informazione *on line*, alla sempre più sofisticata applicazione delle nuove tecnologie.

---

<sup>1</sup> Cfr. in *Giornalisti in Facoltà, 2000-2001*, a cura di D. Cherubini, Siena, Cantagalli, 2002; *Giornalisti in Facoltà/2, 2001-2002*, a cura di D. Cherubini, con la collaborazione di R. Pratesi, Siena, Cantagalli, 2003; *Giornalisti in Facoltà/3, 2002-2003*, a cura di D. Cherubini, con la collaborazione di R. Pratesi, Siena, Cantagalli, 2004; *Giornalisti in Facoltà/4, 2003-2004*, a cura di D. Cherubini, Siena, Cantagalli, 2005; *Giornalisti in Facoltà/5, 2006-2007*, a cura di D. Cherubini e M. De Gregorio, Siena, Edizioni dell'Università, 2008.

Il tema dell'anno accademico 2007-2008 ha ruotato intorno al rapporto dei blog con il giornalismo tradizionale, con richiami allo scenario internazionale ma anche ai tentativi italiani di regolamentare questo nuovo settore di comunicazione e informazione. Come di consueto si è conservata la forma colloquiale degli interventi originari, per offrire una informale ma non per questo superficiale rappresentazione della situazione attuale attraverso la testimonianza diretta dei relatori e attraverso le riflessioni, le spiegazioni, i chiarimenti sollecitati dalle domande degli studenti.

Ne scaturisce un dialogo in cui i miei interventi intendono riportare le questioni attuali a quelle dinamiche più o meno costanti che si rintracciano nella storia del giornalismo fin dalle origini, collegando così le lezioni istituzionali alle conferenze. Senza alcuna pretesa di dare una veste scientifica a questa raccolta, è indubbio comunque che il confronto consenta di affrontare tematiche nevralgiche e particolarmente significative, al di là dell'argomento prescelto per ogni singola conferenza. La rappresentazione e la testimonianza complessiva che intendiamo lasciare con i *Giornalisti in Facoltà* si estendono perciò a gran parte degli interrogativi che ruotano intorno alla definizione e alla applicazione di una vera e propria *libertà di stampa*.

Come già ho sottolineato in una precedente *Introduzione*, in tutti questi volumi “sono frequenti i richiami alla deontologia professionale di chi fa informazione, alla verifica delle notizie, all'importanza di utilizzare fonti attendibili e conosciute, al rapporto con gli editori, col potere politico e con quello economico. Con le loro domande finali gli studenti dimostrano infatti di saper cogliere gli aspetti che più si prestano ad eventuali strumentalizzazioni; di cercare risposte ai tanti dubbi che sorgono di fronte al moltiplicarsi dei modi e dei mezzi di informazione; di saper essere in definitiva soggetti consapevoli nella società dell'informazione”.

La fortuna di queste iniziative risiede sicuramente nella scelta dei relatori: una serie di collaboratori ormai assidui che si distinguono per le singole e complessivamente prestigiose esperienze professionali ma anche per le qualità umane e la capacità di interagire con gli studenti.

Mario De Gregorio da ormai molti anni mi affianca anche nella docenza grazie alla sua competenza scientifica sulla storia dell'editoria, da quella antica della città di Siena alle recenti novità delle emanazioni *on line* sul piano internazionale. Una competenza che ben si riflette nelle sue tante pubblicazioni e collaborazioni accademiche e professionali su questi temi.

Daniele Redaelli e l'ex-studente della nostra Facoltà Riccardo Pratesi offrono un confronto particolarmente interessante sia per la ricchezza della loro rispettiva esperienza alla *Gazzetta dello Sport*, sia per l'efficacia



con cui presentano e discutono le differenze generazionali nell'approccio alla professione. Del resto il loro affiatamento si basa su una ormai lunga collaborazione, da quando Pratesi si laureò in Storia del giornalismo per apprendere ad uno *stage* professionale sotto la guida di Redaelli.

Lo stesso avviene nel confronto tra Enrico Zanchi e Giovanni Pellicci: parlando di Uffici stampa nella Pubblica amministrazione si delineano ancora una volta tanti ruoli intrecciati. Pioniere della comunicazione pubblica e istituzionale nella Regione Toscana, Zanchi è stato per me un vero e proprio "maestro" in questo settore, mentre a sua volta anche Pellicci si è laureato con questa Cattedra di Storia del giornalismo e ha poi imparato il "mestiere di giornalista" da Zanchi.

Il nucleo dei collaboratori si completa infine con due professionisti che ci consentono di riferirci a tanti altri aspetti dell'informazione contemporanea e futura. Critico televisivo ironico e brillante, Antonio Dipollina de *la Repubblica* parla di palinsesti, di "contro-programmazione" televisiva, del ruolo delle Tv satellitari, ma anche delle trasformazioni in corso nel quotidiano stampato, per le quali già lo scorso anno coniò la felice definizione di "giornale allargato"<sup>2</sup>. Esperto di nuove tecnologie e pioniere del settore, oltre che docente anche presso altre Università, Gianni Lucarini del *Giornale Radio Rai, Internet* ci consente di capire quali siano i requisiti per i giornalisti del presente e del futuro, tra aspetti tradizionali della formazione professionale e avvento di una sempre più complessa informazione multimediale.

Ogni anno le conferenze sono inserite in una ben più vasta serie di attività collaterali, dalle esercitazioni nell'Aula informatica per il reperimento delle fonti e delle informazioni in Rete, agli *stage* curricolari ed extra-curricolari nel settore dell'informazione e della comunicazione, alle visite alla Emeroteca della Biblioteca Circolo Giuridico e alla sede senese del quotidiano *La Nazione*, che nel complesso consentono l'acquisizione di 4 crediti per *stage*. Se quindi ancora una volta ringrazio complessivamente istituzioni e persone che mi consentono di dare continuità a tutte queste iniziative, voglio concludere sottolineando la novità introdotta da quest'anno.

Ad aprire le conferenze figura infatti un incontro collettivo con un nutrito nucleo di giovani professionisti e pubblicisti impegnati in diversi ambiti del giornalismo, della comunicazione e dell'informazione. Tutti laureati in Storia del giornalismo nella Facoltà di Scienze Politiche di Siena, offrono agli studenti attuali l'occasione di confrontarsi con le aspirazioni, le scelte, le conquiste, ma anche le delusioni e disillusioni di chi

---

<sup>2</sup> Cfr. A. DIPOLLINA, *Il giornale allargato*, in *Giornalisti in Facoltà/5*, 2006-2007, cit.

solo pochi anni prima era sugli stessi banchi a porre domande agli ospiti di turno, e che ora si trova dall'altra parte, ad affrontare direttamente il mondo del lavoro.

Questo incontro riveste per me particolari significati. In primo luogo si tratta infatti di una verifica del ruolo delle Facoltà di Scienze Politiche nella formazione dei giornalisti, a cui del resto io stessa in passato ho dedicato uno specifico impegno organizzando due Corsi di specializzazione per addetti agli Uffici stampa<sup>3</sup>. Inoltre ne deriva una verifica dello stesso percorso su cui si fondano le iniziative dei *Giornalisti in Facoltà*, che forse proprio per il loro carattere di libero e stimolante spazio di confronto e discussione hanno avuto un qualche ruolo nella scelta professionale degli ex-studenti. È anche vero però che negli ultimi tempi si vanno delineando forti difficoltà di varia natura per tutti i settori dell'informazione, del resto parallele a quelle che pesano sull'Università. Questo appuntamento con gli ex-studenti che tornano nelle aule universitarie in veste di *Giornalisti in Facoltà* rappresenta quindi una duplice sfida. È perciò importante che anch'esso abbia continuità nel tempo insieme a tutte le altre iniziative e conferenze, auspicando di offrire una sponda sul piano dell'aggiornamento professionale e del rafforzamento di quel legame tra Università e mondo del lavoro, troppo spesso ancora disatteso.

---

<sup>3</sup> Cfr. ancora *Giornalisti in Facoltà/4, 2003-2004*, cit.

*Iniziative su temi specifici*

marzo-maggio 2008

*I giornali come fonti della storia contemporanea.* Visita all'Emeroteca della Biblioteca Circolo Giuridico delle Facoltà di Giurisprudenza e Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Siena, 3 aprile, ore 12-14

*Il mestiere di cronista.* Visita alla redazione senese de *La Nazione*, 10 aprile, ore 12-14

*Giornalismo, informazione, comunicazione: esperienze e percorsi dopo la laurea.* Incontro con alcuni giornalisti e pubblicisti laureati in Storia del giornalismo della Facoltà di Scienze Politiche dell'Università di Siena, 7 maggio, ore 17-19

*Giornale stampato, giornale on line e blog: il caso della Gazzetta dello Sport.* Incontro con Daniele Redaelli e Riccardo Pratesi, *La Gazzetta dello Sport*, 8 maggio, ore 12-14

*Notizie dagli Uffici stampa, oltre il giornalismo stampato.* Incontro con Enrico Zanchi, già responsabile Servizio informazione e comunicazione, Consiglio regionale toscano e Giovanni Pellicci, *Agenzia Freelance*, 15 maggio, ore 12-14

*Tv e blog a confronto.* Incontro con Antonio Dipollina, *la Repubblica*, 22 maggio, ore 12-14

*Radio, Internet, blog.* Incontro con Gianni Lucarini, *Giornale radio Rai, Internet*, 29 maggio, ore 12-14



Mario De Gregorio

*Appunti per una bibliografia dell'editoria senese*

La richiesta di indicazioni bibliografiche di massima per orientarsi nello sviluppo dell'editoria senese fra l'avvento della stampa a caratteri mobili e il secolo XIX è emersa spesso nel corso delle lezioni che da qualche anno vengono dedicate all'editoria europea all'interno del Corso di Storia del giornalismo. I frequenti riferimenti allo svolgersi dell'editoria locale di fronte ai complessi fenomeni che definiscono progressivamente l'evoluzione dell'industria editoriale europea e italiana costituiscono infatti un approccio esemplificativo e immediato alle problematiche e alle tendenze che caratterizzano quest'ultima e quindi sono decisamente usuali ed utili. Approfitto allora di questa sede, cioè di uno strumento che periodicamente viene messo a disposizione degli studenti come resoconto dell'attività svolta nel corso degli anni precedenti all'interno del Corso, per tracciare alcune linee generali e schematiche di editoria senese e per fornire qualche indicazione di supporto bibliografico utile per eventuali approfondimenti e possibili e auspicabili ipotesi di ricerca.

Va detto preliminarmente che per un quadro generale sullo sviluppo della stampa e dell'editoria locale è tuttora opportuno rifarsi ad un'opera che è rimasta – può sembrare un paradosso in questo contesto – inedita, frutto di quella diffusa erudizione municipalistica che ha caratterizzato l'Ottocento italiano, particolarmente viva in Toscana sulla scia della pubblicazione dell' "Archivio storico italiano" e dell'impegno della cultura liberale e moderata unitaria. Si tratta degli annali della tipografia senese di Scipione Bichi Borghesi, conservati presso la Biblioteca Comunale degli Intronati (mss. P IV 3-4 : S. Bichi Borghesi, *Tipografie senesi*). L'opera, da considerare come uno sforzo indubbiamente meritorio, è certo apprezzabile per la mole di informazioni fornite, ma non ha obiettivamente – e non può comprensibilmente averli – i caratteri dell'esaustività (sempre

comunque difficili in questa materia, tanto più in occasione di censimenti affidati a ricerche in biblioteche e collezioni private e in assenza di cataloghi editoriali affidabili, spesso addirittura inesistenti), né quelli della assoluta precisione. Troppo spesso, ad esempio, le citazioni delle edizioni sono tratte da cataloghi di aste librarie o da mancate e frammentarie collazioni con gli esemplari, ma il quadro complessivo che emerge dai due volumi manoscritti – al di là dei dati quantitativi, evidentemente inattendibili per obsolescenza e demandati a progetti di più largo respiro in realtà mai messi in essere – è funzionale comunque a ricostruire l'intero percorso dell'editoria senese dall'arrivo dei prototipografi tedeschi (si rammenti in proposito che la prima edizione a stampa a Siena risale al 1484 e a Enrico di Harlem), fino alla metà dell'Ottocento e oltre, prima però che l'industria editoriale senese acceda definitivamente all'industrializzazione e all'innovazione dei materiali e dei mezzi di produzione. Il Bichi Borghesi infatti conduce la stesura di quest'opera, compilata seguendo un criterio cronologico per singole aziende tipografico/editoriali, per un lungo corso di anni del secolo XIX, impegnandosi in ricerche a largo raggio, ma sembra più attento – e questo è comprensibile visto l'obiettivo erudito e municipalistico di una decisa nobilitazione dell'esperienza editoriale locale e la conseguente scarsa considerazione dei materiali ottocenteschi – ai primordi della stampa e allo sviluppo fra Cinque e Settecento che non ai prodotti coevi all'autore, evidentemente considerati troppo numerosi e «minori» e quindi non meritevoli di essere registrati in un'opera che guarda specificatamente al consolidarsi della tradizione tipografica cittadina e tiene quindi comprensibilmente lontano dalle sue registrazioni «quel traffico minuto e vergognoso» che Carlo Tenca indicava come una delle caratteristiche salienti della situazione editoriale italiana ottocentesca (*Delle condizioni dell'odierna letteratura in Italia*, “Rivista europea”, febbraio 1846). Dell'opera del Bichi Borghesi va in ogni modo lodato – come già detto – lo sforzo erudito, e, soprattutto, il frequente ricorso a poco nota documentazione d'archivio, spesso di prima mano. Le «carenze» ottocentesche, una volta prese in considerazione, possono essere perdonate sulla base degli intenti dell'opera e pure di quella diffusa convinzione coeva che guardava al secolo XIX come punto di arrivo definitivo dell'evoluzione tipografica e editoriale. Non va dimenticato a questo proposito che Giuseppe Ottino, autore di un fortunato *Manuale di bibliografia* (Milano : Hoepli, 1885), lo introducesse ricordando che «il secolo XIX ebbe ed ha insigni cultori dell'arte tipografica in tutta Europa ed in America e si è dovunque raggiunto un tal punto di perfezione che difficilmente potrà essere superata questa *Mirabil arte onde fra noi s'eterna / Il pensier fuggitivo e la parola*».

Proseguendo sul piano bibliografico dei quadri generali riferibili

all'editoria senese è opportuno precisare anche che gran parte dei lavori finora svolti hanno preso in considerazione il periodo cronologico che guarda proprio al secolo diciannovesimo. È il caso – scusandomi per le frequenti citazioni personali della breve e schematica ricostruzione contenuta ne *La leva e il vapore. La crisi della tipografia senese del secolo XIX* (in *La stampa democratica e operaia a Siena nell'Ottocento*, Siena : Arteditoria Periccioli, 1986, pp. 16-42) di Mario De Gregorio, dove si tenta di dare un'idea, in un rapido *excursus* e in un numero limitato di pagine, delle aziende operanti a livello locale fra la fine del Settecento e le nuove esperienze imprenditoriali postunitarie. Qualche accenno anche, vista l'impostazione generale dell'opuscolo, catalogo di una mostra dal titolo *Caratteri ribelli* dedicata alla stampa socialista e libertaria, all'associazionismo tipografico e alle malattie professionali degli addetti.

Di ben altro genere e ampiezza il lavoro dello stesso autore su *Le periferie di Clio. L'editoria senese nel Catalogo dei libri italiani dell'Ottocento* ("Rivista di letteratura italiana", 11 (1993), n. 1-2, pp. 305-322, ripubblicato in seguito, con lo stesso titolo, nel "Bullettino senese di storia patria", 100 (1993), pp. 518-550), che prende spunto dalla pubblicazione di *CLIO (Catalogo dei Libri Italiani dell'Ottocento (1801-1900))*, voll. 19, Milano : Editrice Bibliografica, 1991) per un'attenta ricostruzione generale della tipografia senese del secolo XIX, sottoposta nel repertorio a tutta una serie di malintesi ed errori dovuti alla stessa natura progettuale di base del ponderoso catalogo, frutto dell'accumulo di indicazioni catalografiche provenienti da varie biblioteche, ma con alcune esclusioni clamorose e ingiustificate, come, nel caso specifico, delle storiche biblioteche senesi.

Sia pure all'interno di un ampliamento sostanzioso delle segnalazioni bibliografiche contenute nel datato Pagliaini (*Catalogo generale della libreria italiana dall'anno 1847 a tutto il 1899 compilato dal prof. Attilio Pagliaini...*, Milano : Associazione tipografico-libreria italiana, 1901-1922 e successivi aggiornamenti dell'opera), proprio per queste ragioni il catalogo delle edizioni ottocentesche offerto da *CLIO*, che fa riferimento ad un bacino di biblioteche soprattutto piemontesi e lombarde (ben 31 sulle 52 complessive prese in esame sull'intero territorio italiano) e trascura gran parte di quella «letteratura grigia» spesso tralasciata dalle biblioteche del nostro Paese, presenta un quadro quantitativamente più adeguato della situazione editoriale e tipografica senese (circa tremila edizioni), ma nei 64 soggetti editoriali individuati come operanti a Siena nel secolo incorre in tutta serie di confusioni e sovrapposizioni dovute a scarsi approfondimenti e a mancate collaborazioni a livello locale. Ma proprio la correzione di queste imprecisioni permette all'autore di ricostituire un quadro affidabile dell'intera imprenditoria editoriale locale del secolo XIX.

Un'impostazione che torna nelle fitte annotazioni ad un altro

repertorio simile, anzi una sorta di estrazione di dati sulla base di *CLIO* e di altri repertori «storici», pubblicato qualche anno dopo: *Editori italiani dell'Ottocento. Repertorio*, a cura di A. Gigli Marchetti, M. Infelise, L. Mascilli Migliorini, M. I. Palazzolo, G. Turi (voll. 2, Milano: Franco Angeli 2004). Nel saggio *Editori senesi dell'Ottocento in un repertorio recente* ("Bullettino senese di storia patria", 111 (2004), pp. 342-359) si riconosce la meritorietà del progetto, teso a mettere ordine nell'abbondante e variegata galassia editoriale ottocentesca del nostro Paese e di aree contigue (Canton Ticino, Istria e Dalmazia), ma si conclude che è ben lontano dal raggiungere quella «esaustività» dichiarata nella premessa ai due volumi. Una carenza dovuta ancora una volta alla mancata adozione di due criteri irrinunciabili per repertori di questo tipo: le ricerche *in loco* e la consultazione diretta degli strumenti catalografici locali.

Comunque *Editori italiani dell'Ottocento* rappresenta un passo in avanti rispetto a *CLIO* nella descrizione della situazione editoriale senese ottocentesca. Di fronte ai 64 soggetti editoriali presenti nel ponderoso catalogo della Bibliografica qui se ne evidenziano «solo» 36, ma anche in questo numero limitato non mancano – come viene messo in evidenza nel saggio – omissioni, confusioni e sovrapposizioni, per chiarire le quali è opportuno ancora una volta rimettere nel giusto ordine le tessere del mosaico costituito dall'editoria ottocentesca senese.

Una parte consistente di quest'ultima viene trattata anche nell'ampio contributo del già citato autore su *Editori cattolici a Siena fra Otto e Novecento* (in *Chiesa e vita religiosa a Siena dalle origini al grande Giubileo. Atti del convegno di studi (Siena 25-27 ottobre 2000)*, a c. di A. Mirizio e P. Nardi, Siena: Edizioni Cantagalli, 2002, pp. 443-467), parzialmente debitore ad uno studio precedente sullo stesso argomento: *Per una biografia di Leopoldo Bufalini* (in Istituto Storico Diocesano, Siena, *Annuario 1998-99*, pp. 117-141). Nel primo studio viene presa in considerazione l'attività di due case editrici cattoliche senesi di particolare rilevanza nel contesto dell'editoria locale e nazionale: la "San Bernardino" e la "Cantagalli", due realtà imprenditoriali significative che, sia pure nell'ambito di una produzione decisamente orientata verso un *target* specifico, in successione, a partire dall'ultimo venticinquennio del secolo XIX hanno anticipato e in seguito sostenuto il consolidamento dell'editoria cattolica in Italia.

Dopo aver esaminato la nozione di «editoria cattolica» e aver ricondotto all'Ottocento postunitario gli inizi di quest'ultima, ben prima quindi della sua diffusa collocazione alle soglie del Novecento e alla nascita dell'Unione Editrice Cattolica Italiana, il saggio ricomprende nel filone «cattolico», da intendere certo in senso lato, tutta una serie di esperienze editoriali senesi vive nel corso dell'Ottocento: dalla tipografia/editrice dei Sordomuti, fino all'azienda «presso l'Orfanotrofio», alla



San Bernardino – una delle poche aziende senesi ad aver reso disponibile durante la sua attività un catalogo delle proprie edizioni (*Tipografia editrice San Bernardino, Siena. Catalogo generale bibliografico delle proprie edizioni per ordine cronologico*, Siena: Edit. San Bernardino, 1899) – e alla stessa Cantagalli, espressioni, queste ultime, di una vera e propria «politica editoriale cattolica», cioè di un’iniziativa imprenditorialmente valida che, spesso al di fuori di una rete di diffusione protetta e prescindendo da un’esclusiva caratterizzazione devozionale ed edificante, si è fatta editorialmente interprete delle posizioni dottrinarie e/o politiche e sociali del mondo cattolico. Una dimensione extracittadina che ha contribuito alla concessione di vari riconoscimenti da parte della gerarchia cattolica ma anche ad un’adeguata valutazione sul piano bibliografico di strumenti importanti messi in opera dalle case editrici senesi. Ne sono esempi significativi la collana “Biblioteca del clero” della San Bernardino e i “Classici cristiani” della Cantagalli. Su quest’ultima segnalo anche uno studio recente: *I Classici cristiani delle Edizioni Cantagalli. Catalogo storico*, a cura di Tommaso Gordini, Siena: Cantagalli, 2002.

Come si vede e come si è già detto la ricostituzione di quadri generali riferiti all’editoria locale ha investito in gran parte il secolo diciannovesimo, anche se l’esperienza ottocentesca, soprattutto quella preunitaria, ha seguito faticosamente il filo dello sviluppo della fertile stagione dell’ultima parte del secolo XVIII, quella caratterizzata dai finanziamenti granducali all’attività editoriale senese e dal proliferare dei permessi taciti di stampa che rendevano possibile e anzi favorivano la frequente pubblicazione di opere *border line* dell’Illuminismo europeo funzionali al dibattito culturale e alla politica riformista di Pietro Leopoldo. Un *trend* destinato a interrompersi in coincidenza con l’uscita di scena del granduca riformatore ma che crea le condizioni per esperienze imprenditoriali come quella di Giuseppe Porri che, di fatto, accede a una lunga linea editoriale ispirata direttamente all’erudizione municipalistica e al liberalismo politico ed economico.

Su questo terreno di fragile contiguità fra l’esperienza secondo settecentesca e quella del secolo successivo si muove il contributo di M. De Gregorio su *Editori e tipografi fra due secoli* (in *Storia di Siena*, a cura di R. Barzanti, G. Catoni, M. De Gregorio, II: *Dal Granducato al Novecento*, Siena: Protagon Editori Toscani, 1996, pp. 193-206), in cui si ricomprende anche l’ampia e recente pagina bibliografica dedicata all’editoria locale nel lungo arco cronologico preso in esame. Tenendo conto insomma di contributi sostanziosi apparsi sulla materia a partire dalla fine degli anni Settanta del Novecento (fra l’altro, oltre a quanto già citato, i contributi dello stesso De Gregorio, “*Le bindolerie pazzine*”. *L’editio princeps delle Tragedie alfieriane e la tipografia Pazzini Carli*, “Studi settecenteschi”, 9, 1988,

pp. 59-92; *I torchi del granduca. Editoria e opinione pubblica a Siena nell'età delle riforme*, "Bullettino senese di storia patria", 99 (1992), pp. 163-174; *Un "grand commis" al servizio delle scienze: Pompeo Neri e l'Accademia dei Fisiocritici*, in *Pompeo Neri. Atti del colloquio di studi di Castelfiorentino (6-7 maggio 1988)*, a c. di A. Fratoianni e M. Verga, Castelfiorentino : Società storica della Valdelsa, 1992, pp. 161-216; *Il poeta e il tempo. La Biblioteca Laurenziana per Vittorio Alfieri*, a c. di C. Domenici, P. Luciani, R. Turchi, Firenze: Biblioteca Medicea Laurenziana, 2003, pp. 30-31, 37-38, 88, 89, 90-91, 94-95; *Per la revisione e per gli amici. Ancora sui Pazzini Carli, Gori Gandellini e la stampa senese negli anni di Alfieri*, in *Alfieri a Siena e dintorni. Omaggio a Lovanio Rossi. Atti della Giornata di Studi (Colle di Val d'Elsa, 22 settembre 2001)*, a cura di A. Fabrizi, Roma, Domograf, 2007, pp. 83-118. Di Sandro Landi *Editoria, potere, opinione pubblica in Toscana nell'età delle riforme: il caso senese*, "Ricerche storiche", 20 (1990), n. 2-3, pp. 295-338; *Libri, norme, lettori. La formazione della legge sulle stampe in Toscana (1737-1743)*, in *Il Granducato di Toscana e i Lorena nel secolo XVIII*, a cura di A. Contini e M. G. Parri, Firenze : Olschki, 1999; *Il governo delle opinioni. Censura e formazione del consenso nella Toscana del Settecento*, Bologna : Il Mulino, 2000. Di Giuliano Catoni *Giuseppe Porri e la sua collezione di autografi nella Biblioteca Comunale di Siena*, "Critica storica", 1975, n.2-4, pp. 454-489. Di C. Bastianoni e M. De Gregorio, *l'Introduzione a Gli autografi Porri nella Biblioteca Comunale di Siena*, I, Firenze: La Nuova Italia, 1982).

Una volta esaurita la pagina relativa a illustrazioni complessive della vicenda editoriale senese sette-ottocentesca e al di là dell'opera cumulativa di Scipione Bichi Borghesi citata all'inizio, non resta molto di carattere generale sul piano della bibliografia sull'argomento. Approfondimenti su singole questioni e aziende sono rintracciabili anche in anni abbastanza recenti, spaziando dalle origini della stampa senese alla figura e all'attività del primo tipografo senese, Simone di Niccolò di Nardo (N. Pallecchi, *Una tipografia a Siena nel XVI secolo. Bibliografia delle edizioni stampate da Simone di Niccolò Nardi (1502-1539)*, "Bullettino senese di storia patria", 109 (2002), pp. 184-233), o al primo editore senese in senso stretto, Giovanni d'Alessandro Landi (la voce di M. De Gregorio in *Dizionario biografico degli italiani*, vol. 63, Roma : Istituto dell'Enciclopedia Italiana, 2004, pp. 384-385 e, dello stesso autore, *Ad istantia di Giovanni d'Alessandro libraro". Percorsi editoriali a Siena nel primo Cinquecento, in Siena bibliofila. Collezionismo librario a Siena su Siena*, a cura di G. Borghini, D. Danesi, M. De Gregorio, L. Di Corato, Siena : Protagon editori, 2009, pp. 29-54), o sullo stampatore e incisore calabrese Matteo Florimi, attivo a Siena agli inizi del secolo XVII (N. Fagnoli, *Un editore senese: Matteo Florimi, in L'arte a Siena sotto i Medici (1555-1609)*, Roma : De Luca, 1980, pp. 251-252), o ancora su stampatori senesi operanti al di fuori della città

(A. Basso, *Uno stampatore "senese" a Venezia: Francesco de' Franceschi (1561-1599)*, "Bullettino senese di storia patria", 112 (2005), pp. 328-339, 113 (2006), pp. 130-252).

Resta allora solo da accennare a una ricostruzione dell'ambiente editoriale senese nell'arco cronologico compreso fra la metà del Cinquecento, da vedere a Siena come cesura storica decisiva che segna la fine del governo repubblicano e l'inizio della dominazione medicea, e la prima parte del secolo XVIII. Una ricostruzione tentata da Mario De Gregorio nel saggio *Libri e stampatori dopo la repubblica* (in *Storia di Siena, II: Dal Granducato al Novecento*, Siena : Protagon Editori Toscani, 1996, pp. 69-80), dove, riprendendo schematicamente quanto esposto più estesamente nel volume *La Balia al torchio. Stampatori e aziende tipografiche a Siena dopo la repubblica* (Siena: Nuova Immagine, 1990), si ripercorre lo sviluppo dell'editoria senese a partire dalle difficoltà indotte dalla robusta e perdurante tradizione manoscritta locale fino all'affermarsi di soggetti editoriali nuovi, spesso legati nella loro attività ad uno stretto rapporto con le articolazioni del potere pubblico. Un *trend* che informerà molta parte delle linee editoriali seguite dagli operatori e condurrà anche, dagli inizi del Seicento, alla gestione diretta da parte dell'istituzione pubblica del mercato editoriale cittadino, in una misura certamente inconsueta ma che a posteriori pone sul terreno obiettivamente problematiche intriganti come il rapporto fra editoria e potere, o come la validità di un'ottica storiografica che guarda alla stessa nozione di «editoria» come esclusiva dimensione pubblica, interna ed esterna.

Ma questo potrebbe davvero essere l'argomento di prossime lezioni.



*Giornalismo, informazione, comunicazione:  
esperienze e percorsi dopo la laurea*

CHERUBINI: L'incontro di oggi rappresenta per me una occasione davvero significativa, dal punto di vista professionale ma anche più strettamente personale.

Nell'ambito delle conferenze che ormai da molti anni si svolgono all'interno del Corso di Storia del giornalismo si sono avvicinati tanti ospiti, giornalisti ed esperti del mondo dell'informazione, che hanno consentito agli studenti un contatto diretto con la realtà lavorativa attuale, in collegamento sia con le questioni relative alle sue prospettive future, sia con il dibattito in corso in Italia e all'estero su queste tematiche. Oggi invece, per la prima volta, a parlare con gli studenti sono ex-studenti di questa Facoltà e di questo Corso, per ripercorrere con noi le fasi della propria esperienza di studio e di lavoro, che li ha portati poi ad occuparsi in settori connessi con l'informazione e la comunicazione.

Le conferenze "esterne" rispetto alle lezioni istituzionali costituiscono una radicata consuetudine: ho infatti sempre voluto inserire nel mio Corso la testimonianza di chi opera nel mondo del giornalismo, inteso nella più ampia e articolata accezione. È un metodo che mi ha consentito nel tempo di integrare i temi che emergono nella complessa realtà dell'informazione con i contenuti didattici e scientifici della Storia del giornalismo italiano. Ovvero quei contenuti che i programmi universitari collocano nella Storia contemporanea italiana tra '800 e '900, aperta ad una prospettiva internazionale e preceduta da una ampia introduzione sulle origini e sullo sviluppo del giornalismo, soprattutto sulla rottura segnata dalla fine dell'*ancien régime*. Al di fuori quindi del programma istituzionale, le conferenze intendono offrire una occasione di confronto e dibattito su questioni significative e attuali, inserendosi in un più vasto insieme di iniziative, che consentono l'acquisizione di 4 crediti per *stage*

agli studenti frequentanti<sup>1</sup>.

Ricordo per esempio che si sono avvicinati studiosi e giornalisti come Filippo Landi del TG1, ora inviato della RAI a Gerusalemme; Mario Tedeschini Lalli, che oggi insegna alla John Hopkins University a Bologna e che tra l'altro fu tra i primi a progettare e realizzare la redazione *on line* del quotidiano *la Repubblica*; Marco Palocci, anch'egli pioniere nella realizzazione del sito *on line* della Camera dei deputati; Manlio Cammarata, alla cui vicenda professionale è strettamente legata l'introduzione della Legge 62/2001 sulla registrazione delle testate *on line*; Emanuele Giordana, inviato di guerra con grande esperienza in tanti luoghi caldi del pianeta, come l'Afghanistan; Piero Ottone, uno dei più prestigiosi e autorevoli giornalisti italiani del secondo dopoguerra<sup>2</sup>.

Il numero dei collaboratori si è poi ristretto ad un gruppo di... fedelissimi, con i quali si è ormai instaurato un rapporto di amicizia e soprattutto di perfetta integrazione in questo tipo di iniziative: Daniele Redaelli, e poi anche Riccardo Pratesi della *Gazzetta dello sport*; Enrico Zanchi e poi anche Giovanni Pellicci, esperti sugli Uffici stampa; Antonio Dipollina, critico televisivo de *la Repubblica*; Gianni Lucarini, di *Radio Rai Internet*; insieme a Mario De Gregorio, esperto di editoria che tiene un modulo all'interno del Corso. Con loro abbiamo affrontato tanti aspetti relativi ai tempi e i modi del loro lavoro, ai cambiamenti che vi sono intercorsi nel tempo, e infine ai fenomeni che si stanno sempre più consolidando ai nostri giorni. L'anno scorso il tema di tutte le loro conferenze è ruotato intorno alla questione del *vanishing newspaper*, ovvero la crisi internazionale del giornale cartaceo<sup>3</sup>; quest'anno il tema verterà sul rapporto del giornalismo professionista con il blog. Del resto lo affronteremo anche nelle lezioni, con l'ormai abituale collaborazione del Dott. Domenico Bova, anche lui laureato con questa Cattedra e già con esperienze lavorative in questo settore.

Al di là dei temi prescelti, le conferenze sono sempre l'occasione per affrontarne altri, attuali o emergenti nel panorama dell'informazione, a cui spesso io ho già dedicato specifica attenzione in precedenza, anche come argomenti delle tesi di laurea. È questo il caso della questione relativa all'Ordine dei giornalisti – alla sua storia, al suo ruolo, ai reiterati tentativi di abolirlo, agli effetti su di esso della più ampia riforma degli

---

<sup>1</sup> Cfr. ancora i volumi precedenti della Collana Giornalisti in Facoltà.

<sup>2</sup> Ibidem

<sup>3</sup> Cfr. P. MEYER, *The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age*, Columbia and London, University of Missouri Press, 2004. Cfr. inoltre V. SABADIN, *Ultima copia del «New York Times»*. *Il futuro dei giornali di carta*, Roma, Donzelli, 2007.

Ordini professionali in Italia.

Un impegno che ho sempre cercato di assolvere è proprio quello di fornire agli studenti strumenti che possano servire anche per una loro eventuale collocazione futura nelle attività lavorative che ruotano intorno all'informazione, tenendo presenti innanzitutto le tre categorie dei *professionisti, dei pubblicisti e dei praticanti*.

Quello della formazione dei giornalisti è oggi un problema assai delicato, al quale concorrono tanti diversi elementi, di cui la vicenda dell'Ordine è una emblematica testimonianza. Mentre è ancora in discussione una riforma sui requisiti richiesti per l'accesso all'esame di Stato, di fatto un percorso standard è quello di conseguire la laurea specialistica in qualunque Facoltà, e poi lavorare per 18 mesi in una redazione per ottenere il praticantato, o in alternativa iscriversi ad una Scuola post-laurea riconosciuta dall'Ordine.

Se infatti alcuni anni fa si prevedeva l'approdo al riconoscimento della laurea in Scienze della Comunicazione come requisito unico per svolgere la professione, ciò non è poi avvenuto, e questo ha consentito alle Facoltà di Scienze Politiche di mantenere il proprio ruolo tradizionalmente centrale nella formazione dei giornalisti italiani. In tale ambito si colloca in particolare la *Classe di laurea in Comunicazione sociale e istituzionali*, nella nostra Facoltà attivata come *curriculum* formativo.

Sulla base di questi fattori e considerazioni, si è quindi conformata la mia attività didattica, che intende appunto fornire almeno le basi formative e di consapevolezza riguardo alle scelte da compiere in futuro. È comunque evidente l'importanza di una successiva specializzazione, che implichi anche competenze e conoscenze maggiormente orientate verso la vera e propria tecnica giornalistica e le discipline scientifiche che intorno ad essa ruotano, rispetto a quelle competenze principalmente storiche, giuridiche, economiche, ma anche linguistiche delle Facoltà di Scienze Politiche. *E qui ribadisco che io sono solo uno storico contemporaneista, e quindi è ovvio che non potrei mai fornire da sola una vera formazione completa per un giornalista.*

In un solo caso ho io stessa organizzato Corsi di specializzazione, in collaborazione con Enrico Zanchi, nel settore degli Uffici stampa dopo l'entrata in vigore della Legge 150/2000, che prevedeva il riassetto dei canali e degli operatori nella comunicazione e informazione da parte della Pubblica amministrazione, estendendosi comunque anche al settore privato.

In questo ambito lavorativo si sono collocati per lo più i laureati che oggi qui intervengono, e che in gran parte hanno frequentato i Corsi suddetti. Tutti gli interventi affronteranno gli aspetti più scottanti nel passaggio dall'Università al mondo del lavoro: quali sono i percorsi prefe-

ribili, quali risultano le lacune più forti che i nostri ospiti avvertono nella propria formazione, quali possibilità di assorbimento dei giovani si presentano nei diversi settori, dal giornalismo stampato, alla Tv, agli Uffici stampa, all'editoria. Ma cercheremo di capire anche le forme di aggiornamento che essi ritengono necessarie, sia riguardo al proprio lavoro attuale, sia guardando alle trasformazioni in corso in tutti gli ambiti lavorativi a cui ci riferiremo.

Intanto li ringrazio, con affetto e riconoscenza, e passo a presentarveli brevemente prima dei loro interventi:

1. RICCARDO PRATESI

*La Gazzetta dello Sport*; redattore di *Gazzetta.it*; iscritto all'Albo dei professionisti, ha una lunga esperienza nei giornali locali e nazionali e collabora con la Cattedra di Storia del giornalismo

2. CRISTIANO PELLEGRINI

*Agenzia giornalistica e di comunicazione IMPress* (Siena); Socio accordatario e amministratore della società Primamedia sas; addetto stampa della Provincia di Siena; svolge una vasta attività giornalistica

3. CRISTIAN LAMORTE

*Agenzia giornalistica e di comunicazione IMPress e società Prima Media*; cura gli Uffici stampa di numerosi Comuni della Provincia di Siena; svolge anche attività giornalistica

4. GIOVANNI PELLICCI

*Agenzia Freelance–Studio Giornalistico Associato di Siena nella comunicazione e gestione di uffici stampa pubblici e privati* (Siena); iscritto all'Albo dei pubblicitari; svolge una vasta attività giornalistica

5. NICOLA VASAI

RTV 38 (Figline Valdarno, Firenze); conduce trasmissioni istituzionali e sportive, iscritto all'Albo dei *professionisti*, svolge una vasta attività giornalistica per Tv e giornali sia locali, sia inseriti nei circuiti nazionali.

6. MELISSA SINIBALDI

Addetta alla Segreteria della Presidenza e alla comunicazione esterna ed istituzionale presso l'Azienda Acquedotto del Fiora spa a Grosseto

Oltre ai presenti, voglio ricordare un altro ospite che non è potuto intervenire, e che si è laureato con una tesi sulla controinformazione dagli anni '70 ad oggi:



## 7. SIMONE MARCHI

*Agenzia letteraria "Grandi e Associati"*(Milano); svolge attività redazionale e giornalistica, collabora con Uffici stampa, testate locali e nazionali, radio e siti *on line*

CHERUBINI: Il primo intervento è quello di un giornalista della *Gazzetta dello Sport* che ha ormai una grande esperienza sul piano lavorativo, che si è laureato brillantemente in Storia del giornalismo nell'Università di Siena e da tanti anni collabora strettamente con questa Cattedra. Dopo aver frequentato la Scuola di giornalismo della Università Luiss di Roma ha iniziato una serie di *stage* alle sedi di Roma e Milano della *Gazzetta dello Sport*, collaborando in particolare con Daniele Redaelli - con cui tornerà ospite domani -, e incontrando nel tempo sia Enrico Zanchi - soprattutto negli anni in cui era cronista sportivo a Siena -; Gianni Lucarini - che è stato suo docente alla Luiss -, e infine anche Antonio Dipollina, con cui tra l'altro ha collaborato alla rivista di Tv satellitari *La Tele*. È talmente abituato a questo tipo di incontri che lascio subito a lui la parola, anche per la illustrazione del suo percorso di formazione e di esordio nel mondo del giornalismo.

RICCARDO PRATESI: Sono di Siena, e ho cominciato molto presto a collaborare con il *Corriere di Siena* e il *Campo*, fin dagli anni '90. Per il *Corriere* facevo cronaca, e dato che la mia famiglia abita a Ponte d'Arbia ero il corrispondente da Buonconvento: è stata una fase importante per la mia carriera successiva, ho imparato a conoscere gli ambienti politici locali, a raccogliere le informazioni, a capire i meccanismi di questo mestiere. Quella del *Campo* ha poi costituito un'esperienza particolare: si trattava infatti di una testata *free-press*, oggi se ne trovano a centinaia nelle grandi città, alle fermate degli autobus e nelle stazioni della metropolitana, ma allora era una novità. Io avevo la possibilità di curare una intera pagina, e ho imparato a "gestire" gli spazi degli articoli. Per chi di voi voglia fare questo lavoro, è fondamentale sapere che quello degli spazi è un problema che si pone costantemente al giornalista. Scrivevo un pezzo di *testata*, uno di *spalla*, uno di *taglio*, su tre temi diversi: dovevo organizzare ogni volta un lavoro completo su una intera pagina, e indubbiamente anche da questo ho imparato molto.

La svolta è stata la Scuola di giornalismo, principalmente perché mi ha dato la possibilità di dare l'esame da professionista (che consente poi di diventare un vero professionista e di essere pagato come tale), ma anche per le esperienze e i contatti che mi ha permesso di avere. I contatti sono sempre fondamentali nel nostro lavoro. I docenti della Luiss sono giornalisti ad alto livello, ed è importante stabilire rapporti costruttivi,

quelli che poi portano agli *stage*. Il passaggio da Siena a Roma ha quindi implicato per me l'approdo in una dimensione ben più vasta, che mi portò allo *stage* alla *Gazzetta*, dove alcuni anni dopo sono stato assunto nella redazione del cartaceo, per poi passare recentemente a quella *on line*.

CHERUBINI: L'incontro con questi giovani giornalisti vuole proprio essere una descrizione dei diversi percorsi verso la professione. In questo caso abbiamo visto un precoce interesse per il giornalismo – fattore davvero importante in un mestiere dove la “gavetta” è d'obbligo –, che si è andato sempre più indirizzando nel settore sportivo, fino al compimento di una specifica formazione e all'approdo ad una testata nazionale.

Dato che il nostro ospite tornerà domani a parlarci della sua esperienza lavorativa, vorrei che ora che ci soffermassimo su alcune valutazioni relative all'aggiornamento professionale, all'esigenza di proseguire la propria formazione – seguendo quella evoluzione delle tecniche e quindi del giornalismo che investe ogni singola generazione di professionisti e di operatori del settore. Eventualmente possiamo anche chiederci se dopo aver vissuto la propria “gavetta” attraverso un proprio percorso personale, non si senta anche l'esigenza, o addirittura la necessità di diventare a propria volta formatori di futuri aspiranti giornalisti.

RICCARDO PRATESI: La formazione la svolgo di fatto quotidianamente: spesso abbiamo stagisti o giovani assunti con contratti a breve e brevissimo termine. Si tratta perciò di comprendere quali siano le loro effettive capacità, e soprattutto le effettive potenzialità nel medio e lungo termine. Faccio l'esempio di quando io stesso sono arrivato in *Gazzetta*; come ho detto avevo una discreta esperienza di giornalismo sulla carta stampata, ma si trattava di un'esperienza limitata allo scrivere dei pezzi ed inviarli al giornale. Il lavoro redazionale è un'altra cosa. Quello che mi hanno subito chiesto è stato di fare il *deskista* (cioè il lavoro di redazione, che oggi richiede soprattutto il reperimento delle notizie da Internet o dalle agenzie, ma non solo). È quindi importante valutare se gli errori dello stagista sono assoluti o di inesperienza, e se riesci a dargli gli stimoli e le conoscenze per imparare davvero il mestiere, nel tempo saprà utilizzarle nel modo giusto, con un bagaglio di esperienza sia propria, sia filtrata da quella degli altri.

CHERUBINI: Passiamo ora ad un altro laureato in Storia del giornalismo, che nel 2002 - quando già da tempo lavorava nel settore del giornalismo - affrontò un tema all'epoca alquanto innovativo. Si trattava infatti di una analisi sull'informazione turistica in Internet per la Toscana, concentrandosi sui siti *web* dell'area senese con un monitoraggio sul loro

sviluppo nel tempo, e con il ricorso ai dati del CoReCom (Comitato Regionale per le Comunicazioni). Questo nostro ospite ha inoltre sempre avuto un ampio interesse in campo letterario e culturale, ha scritto e curato numerosi libri sulla storia della provincia di Siena, ha curato mostre e manifestazioni musicali, ecc. E naturalmente in questi settori si è spesso occupato degli Uffici stampa. Quello che ci interessa oggi valutare, è il suo attuale incarico di addetto stampa della Provincia di Siena Entriamo cioè su un aspetto specifico che riguarda anche alcuni degli altri ospiti: tutti interessati precocemente al giornalismo, tutti laureati con tesi in Storia del giornalismo, spesso passati anche attraverso i Corsi da me curati specificamente per il personale degli Uffici stampa, e oggi inseriti nel lavoro presso agenzie che curano Uffici stampa nel settore pubblico e privato. In questo caso si tratta della *IMpress* di Siena, che appunto cura l'Ufficio stampa della Provincia.

CRISTIANO PELLEGRINI: Vorrei fare una parentesi sul mio percorso iniziale. Da un lato mi ritengo fortunato, perché quando mi sono laureato già stavo lavorando. Ma credo sia stata una fortuna che mi sono creato: dal 1996 collaboravo anch'io col *Corriere di Siena*, con corrispondenze per il Sud della provincia; in seguito, prima della laurea, ho fondato un mensile che riguardava la Val d'Orcia e ho completato la mia formazione su quei canali che indicava Riccardo Pratesi, ovvero con il passaggio dallo scrivere un articolo alla gestione di un intero prodotto editoriale (che è una cosa ben più complessa, spaziando per esempio dalla raccolta pubblicitaria alla distribuzione).

Tutto questo ha rappresentato una bella palestra, che mi ha consentito di maturare un'esperienza eterogenea e mi ha portato all'Agenzia *IMpress*.

CHERUBINI: Potesti spiegare che cosa è una agenzia di stampa, in cosa consiste il vostro lavoro?

CRISTIANO PELLEGRINI: L'idea dell'agenzia inizia con una attività specificamente giornalistica, già dedicandosi comunque agli Uffici stampa. Dieci anni fa si trattava di un'idea all'avanguardia, perché il settore non era ancora sviluppato. Il lavoro dell'Ufficio stampa è un lavoro a metà tra quello di un giornalista e quello che in qualche modo si potrebbe dire di "pubbliche relazioni": si tratta di un ruolo molto delicato, che spesso va al di là delle competenze strettamente giornalistiche perché dobbiamo fare da tramite tra la necessità di comunicazione dell'Amministrazione pubblica o di una azienda privata, e le esigenze che hanno invece le redazioni (con tempi e modalità spesso radicalmente diversi). E' necessario sapersi

muovere con attenzione e diplomazia. Riguardo all'aspetto formativo, voglio dire che quanto si è imparato all'Università, nel complesso non si ritrova nella pratica di tutti i giorni. Inoltre lavorare oggi nell'informazione, con la rivoluzione di Internet ha portato a tempi davvero rapidissimi nel dare e trattare la notizia, ben diversi da quelli dello studio e della ricerca acquisiti negli anni di studio.

Io mi considero fondamentalmente un artigiano, cioè ritengo che la mia formazione sia artigianale, perché l'esperienza sul campo è stata fondamentale. Ciò comporta un grande sacrificio, perché si vedono cadere continuamente le piccole certezze che nel tempo si sono progressivamente costruite. Sul fatto che invece l'Università possa – e anzi debba - avere un ruolo fondamentale nella formazione e nell'aggiornamento di chi opera in questo settore, me lo auguro fermamente. Per noi manca oggi un riferimento proprio in questo senso, di fronte ai tanti cambiamenti in corso, su tutti i piani, e non solo su quelli tecnologici.

CHERUBINI: Sebbene si sia definito un artigiano, in realtà già durante gli studi universitari questo nostro ospite aveva alle spalle una cultura, una sensibilità sul piano letterario e culturale, che indubbiamente hanno invece influito sulla sua professionalità

Per quanto riguarda l'Università, concordo sulla necessità di creare occasioni in cui l'Università – e nel nostro caso la Facoltà di Scienze Politiche – contribuisca a mantenersi come un riferimento per valorizzare la specificità degli studi compiuti (e di questa specificità vedremo un esempio nel caso di Nicola Vasai), per integrare le competenze acquisite con quelle offerte da altre Facoltà (in particolare quella di Scienze della Comunicazione), ma soprattutto per offrire nel complesso nuove occasioni di confronto, stimolo e aggiornamento professionale.

CRISTIANO PELLEGRINI: Ricordo quello che mi disse un collega di *Repubblica* – ben più anziano di me – che non vedeva più i ragazzi che vogliono fare questo mestiere con la curiosità di muoversi, per vedere e sperimentare realtà nuove, per continuare ad imparare. Da questo punto di vista, per me l'esperienza di corrispondente del *Corriere di Siena* è stata, come dicevo, una palestra importante, e credo che chi fa questo mestiere debba sempre cercarsi nuovi stimoli per se stesso e per la propria professione.

RICCARDO PRATESI: Per me indubbiamente la formazione teorica dell'Università e poi della Scuola di giornalismo è stata fondamentale, è un valore aggiunto che la pratica da sola non può sostituire. Ma indubbiamente, al di là della mia esperienza particolare, il confronto professio-

nale e l'aggiornamento sono una esigenza per quanti operino in questo settore.

CHERUBINI: Da parte mia, pensando ad un aggiornamento professionale strettamente legato all'Università, non posso non tener presente l'esperienza dei due Corsi per addetti stampa che ho coordinato per due anni nel 2003 e 2004. Nel complesso 60 giovani di tutta la Toscana da lì mossero per poi collocarsi o stabilizzarsi negli Uffici stampa pubblici e privati e nelle Agenzie di stampa nelle diverse province della regione. Ma soprattutto ricordo l'atmosfera di confronto, di volontà di sperimentare nuove forme di professionalità, la curiosità nel porre domande ai docenti (di Storia del giornalismo, ma anche di Scienza politica, di Sociologia, di Inglese, di Diritto dell'informazione, oltre ai giornalisti e altri operatori del settore), che restano per me una testimonianza di come dovrebbe delinarsi questo tipo di interazione.

Però in seguito non ho proseguito questa esperienza – per esempio sotto forma di Master – perché nel caso dei Corsi suddetti avevo il riferimento specifico di una legge (la 150/2000) e il patrocinio dell'Ordine dei giornalisti della Toscana, che garantivano il riconoscimento del titolo ottenuto – e non sempre è stato così automatico. Infatti, al di là dell'importanza di un confronto e di una interazione tra Università e mondo del giornalismo, è pur vero che in questo settore proliferano corsi e specializzazioni che però non danno poi una garanzia per l'inserimento o il consolidamento professionale. Di fatto, a oggi resta fondamentale solo il contributo delle Scuole come quella che ha frequentato Riccardo Pratesi, che cioè siano sostitutive del praticantato e consentano l'accesso all'esame di Stato. Di questo aspetto – e del ruolo dell'Ordine nella gestione dell'esame stesso – torneremo a parlare, sia nelle nostre lezioni istituzionali, sia nelle nostre conferenze.

Passiamo ora al terzo intervento: quello di un laureato in Storia del giornalismo con una tesi su Indro Montanelli, che ha poi frequentato uno dei Corsi per addetti stampa che ho ora ricordato. Parallelamente svolgeva uno *stage* presso l'Agenzia stampa *IMpress*, dove oggi lavora seguendo soprattutto la comunicazione di numerosi Comuni della provincia di Siena. La sua è quindi l'esperienza di uno studente fortemente interessato al mondo del giornalismo, che ha saputo sviluppare questa sua passione acquisendo parallelamente una formazione universitaria ed un contatto diretto con il mondo del lavoro.

A lui chiederei ancora quale è stato il ruolo dell'Università nel suo percorso professionale.

CRISTIAN LAMORTE. Il ruolo dell'Università è stato fondamentale nel fornirmi una serie di stimoli che ho poi applicato nel mondo del lavoro. Il lavoro di addetto stampa, e tutti quelli che ruotano intorno all'informazione e alla comunicazione, hanno bisogno di un retroterra culturale, così come appunto di stimoli che consentano di capire quale sarà il "mestiere" che svolgerai. Non è facile definire il mio lavoro, ma nel mio caso l'esperienza universitaria è stata particolare, con una tesi di ricerca sui giornali in Storia del giornalismo, la partecipazione ad un Corso per addetti stampa organizzato dalla stessa Cattedra, e quasi parallelamente la prima pratica diretta in quello che sarebbe poi diventato il mio ambito di lavoro.

CHERUBINI: Proprio a questo proposito, vorrei subito chiederti quali sono poi - successivamente al periodo universitario -, i canali, le occasioni, le sedi per la formazione e l'aggiornamento di chi opera come addetto stampa, o più in generale nel mondo del giornalismo, in una realtà come quella senese.

CRISTIAN LAMORTE. La cosa principale è emersa anche prima, nell'intervento di Cristiano Pellegrini: in assoluto è necessario leggere, leggere di tutto, tenersi informati. La lettura deve essere sempre critica e non passiva. Ricordo l'incontro in Facoltà con Piero Ottone, il quale sosteneva che il giornalista deve limitarsi alla semplice cronaca<sup>4</sup>. Ma io ritengo che la capacità critica debba essere sempre presente, durante ogni passaggio del lavoro, anche per sapersi mettere in relazione con tutti gli altri operatori dell'informazione.

Per un addetto stampa è inoltre necessario svolgere una gran quantità di "pubbliche relazioni" (per esempio quando telefono a Nicola Vasai per avere informazioni specifiche dalla sua emittente). Nello stabilire questa rete di rapporti e scambi interpersonali, è fondamentale attenersi alle esigenze specifiche legate alla notizia da trattare per il comunicato in questione, ma è altrettanto importante saper "trattare" con gli interlocutori in modo fermo, cortese, professionale e credibile.

CHERUBINI: Il quarto intervento è quello di un laureato con una tesi triennale in Storia del giornalismo, in cui ha analizzato il percorso verso l'approvazione della legge 62/2001 sulla registrazione delle testate in

---

<sup>4</sup> Cfr. P. OTTONE, *Riflessioni sul giornalismo italiano*, in *Giornalisti in Facoltà/4*, 2003-2004, cit.

Rete. Ha poi conseguito la laurea specialistica, ha frequentato uno dei Corsi per addetti stampa organizzato con il mio coordinamento tra il 2003 e il 2004 ed è iscritto all'Albo dei pubblicisti. Il suo punto di approdo è stato l'*Agenzia Freelance* che gestisce la comunicazione e gli Uffici stampa pubblici e privati di vari settori a Siena e in Toscana: dalla *Siena mobilità*, ad aziende produttrici di vino, a società sportive. Tra le sue altre collaborazioni ricordo quelle con il periodico *on line SienaNews* ma anche con la pagina toscana di *Repubblica*. Lo avremo comunque nuovamente ospite in una delle prossime conferenze insieme ad Enrico Zanchi, quando ci dedicheremo specificamente al tema degli Uffici stampa.

GIOVANNI PELLICCI: Io ho iniziato molto presto ad interessarmi di giornalismo, collaborando con una testata locale della mia città, Grosseto, e spaziando dallo sport, alla cronaca, alla cultura, tutto per me andava bene pur di scrivere. Nel periodo dell'Università, la mia scelta si è indirizzata in un settore specifico, con uno *stage* all'interno di una agenzia di comunicazione. Così la mia passione giornalistica, che già si era sviluppata negli anni precedenti soprattutto nel settore dello sport, si è trasformata in un preciso impegno professionale nell'ambito degli Uffici stampa. È subito maturata una esperienza importante. Mi sono laureato nel dicembre 2004 e a gennaio ero già inserito nel mondo del lavoro, grazie anche al Corso per addetti stampa organizzato dalla Cattedra di Storia di giornalismo che avevo intanto seguito.

Però ho deciso di non soffocare del tutto la mia passione giornalistica: anche io avevo bisogno di stimoli sul piano creativo, al di là della routine quotidiana fatta di telefonate, incontri, ecc. Gli stimoli li ho dunque cercati con il ruolo di giornalista *free-lance*, che può collaborare con testate diverse. Per esempio, per *Repubblica* mi capita di scrivere prevalentemente di sport, cronaca ed eno-gastronomia, per una rivista di vino inoltre seguo gli eventi del settore in tutta Italia. A questo si è recentemente aggiunto l'impegno radiofonico, realizzando una trasmissione settimanale. Mi sembra di poter dire che riunisco esperienze diverse, trovando così sponde che mi divertono al di là di altre più stressanti e faticose.

CHERUBINI. Potresti quindi illustrarci brevemente quali differenze, quali problemi, quali caratteristiche hai trovato nelle diverse esperienze che ti trovi a vivere quotidianamente, dagli Uffici stampa, al giornalismo cartaceo, alla radio? In particolare a proposito del "gioco delle parti" che ti trovi a vivere, come giornalista da un lato, e come operatore degli Uffici stampa dall'altro.

GIOVANNI PELLICCI: Si tratta di un fattore indubbiamente positivo:

avere a che fare con i giornalisti dalla sponda degli Uffici stampa e poi trovarsi ad essere giornalista facilita molto i rapporti professionali e umani. Spesso poi si tratta per me di incontrare colleghi sia come addetto stampa, o in altre circostanze come giornalista che si trova a seguire una conferenza stampa organizzata da altri.

CHERUBINI. Con il prossimo intervento ci inseriamo nel mondo della televisione. Anche in questo caso si tratta di un laureato in Storia del giornalismo – che scrisse una voluminosissima e articolata tesi sulla storia del telegiornale in Italia, muovendo dagli anni '50 allo sviluppo del settore televisivo privato. Ha inoltre collaborato alla Collana dei *Giornalisti in Facoltà*, soprattutto seguendo il percorso della legge Gasparri, con il rinvio del Presidente Ciampi e il difficile percorso di approvazione. Giornalista professionista, ha avuto molteplici esperienze giornaltistiche, oggi lavora a RTV38 ed è specializzato nei servizi che “coprono” gli aspetti istituzionali della nostra Regione, in particolare le sedute del Consiglio regionale toscano.

In particolare, di lui voglio sottolineare proprio questa specificità, tipica di un laureato in Scienze Politiche, che all'epoca delle selezioni della sua emittente per questo tipo di trasmissioni, lo portò ad emergere nettamente rispetto agli altri concorrenti, come quelli laureati in Scienze della Comunicazione. Si tratta cioè di competenze diverse tra le due Facoltà, che vengono acquisite in un percorso formativo differente, e che se da noi vede un approccio multidisciplinare, con particolare riferimento al settore giuridico-economico – indubbiamente per l'altra Facoltà vede la presenza di materie più attinenti alla tecnica specifica del giornalismo.

NICOLA VASAI: Per quanto riguarda la formazione, ritengo che la Facoltà di Scienze Politiche sia sicuramente valida. Inoltre io appartenevo al vecchio ordinamento ed ho inserito proprio quelle materie tecniche di Scienze della Comunicazione di cui parlava la Professoressa. Per me la passione del giornalismo è nata fin da bambino: volevo fare questo mestiere comunque, nella carta stampata, in radio, alla Tv. Durante l'Università ho avuto l'opportunità di alcune collaborazioni nella carta stampata occupandomi di calcio sul piano locale, finché sono approdato a RTV38 e in particolare alla trasmissione di “copertura” del Consiglio regionale. Sono stato poi assunto e ho iniziato a lavorare senza alcuna esperienza su come stare davanti alla telecamera. Non avevo idea di come si tenesse in mano un microfono, sapevo solo come collocarmi fisicamente – perché me lo avevano insegnato nei Corsi universitari che ricordavo prima. Ma non avevo idea di uno *stand up*, di come condurre un telegiornale, ecc. L'ho imparato negli anni, grazie alla passione per il mestiere, mentre prose-



guivo le collaborazioni con altre testate. Nel tempo ho pressoché abbandonato il settore sportivo, sebbene talvolta la redazione mi chieda qualche intervento per l'esperienza che ho maturato negli anni.

Oggi sono capo-redattore della Sezione politica, curo una serie di programmi, al di là di quelli istituzionali, legati ai temi politici. Naturalmente l'impegno è altissimo nei periodi elettorali. La nostra è una realtà intermedia, tra quella nazionale di cui parlava Riccardo Pratesi, e quella locale descritta dagli altri. *RTV38* ha diffusione in Toscana e nel resto della fascia centrale italiana; deve perciò approfondire i temi locali e tener conto delle tematiche nazionali. Da parte mia ho comunque nel tempo riscontrato una serie di problemi con i colleghi delle televisioni nazionali. Spesso noi ci troviamo a "tenere il microfono" per le emittenti maggiori che mandano solo un operatore a riprendere il servizio, e questo è un aspetto che ho sempre sottolineato nelle iniziative in cui si discute del mondo del giornalismo, e quindi anche delle difficoltà di effettiva collaborazione tra i giornalisti di emittenti, canali, e testate diverse.

Comunque vorrei infine dare un consiglio ai più giovani che intendano svolgere questo lavoro; devono cioè trovare le motivazioni a cui si riferiva Giovanni Pellicci. Tuttavia la voglia di scoprire un mondo del lavoro così particolare – che nel caso televisivo li porta subito ad apparire in video – talvolta però li rende anche ingenui prede degli editori. Devono cioè stare attenti all'atteggiamento degli editori, che spesso preferiscono ragazzi inesperti alle prime armi, che costano meno e hanno minori esigenze di riconoscimento professionale, rispetto a chi è più qualificato e preparato. E questo chiama in causa il ruolo dell'Ordine dei giornalisti, che dovrebbe vigilare e tutelare la professionalità.

CHERUBINI: Sono così emersi due fattori importanti, come il ruolo di garante dell'Ordine e la tendenza delle emittenti nazionali a scavalcare le altre. È evidente che si tratta di temi nevralgici per capire le effettive dinamiche e difficoltà di questo settore lavorativo. Sottolineo che noi intendiamo qui solo ricordare alcuni aspetti del mondo del giornalismo, senza aprire analisi e tanto meno polemiche specifiche, ma cercando bensì di dare a voi un quadro il più completo possibile delle problematiche più diffuse. Così è per esempio auspicabile una interazione sempre costruttiva tra le emittenti locali e quelle nazionali, che consenta di valorizzare quella conoscenza diretta della realtà locale, delle fonti di informazioni, della loro maggiore o minore attendibilità, ecc. Una conoscenza che indubbiamente ha chi opera sul piano periferico rispetto ai colleghi delle altre emittenti, seppur più importanti e diffuse sul piano nazionale.

Vorrei però chiedere un'ultima cosa a Nicola Vasai: in particolare sul ruolo delle emittenti locali nel dare informazione e "filtrare" la politica

locale e il ruolo delle istituzioni al suo interno. Penso per esempio al caso del Canale civico di Siena, e la esperienza di Vasai nel settore ci sarà utile per chiarire molti aspetti di una tendenza che si è progressivamente diffusa sul piano periferico.

NICOLA VASAI: L'idea di far nascere questo tipo di comunicazione dal parte del Consiglio regionale fu di Enrico Zanchi – che voi avrete presto ospite come ormai accade da molti anni. Si trattò del suo impegno prima della pensione, con la creazione di un pool di 4 emittenti toscane che seguono il Consiglio regionale e poi lo distribuiscono alle altre emittenti della Regione. Ogni emittente ha la libertà di trattare i temi che preferisce all'interno del mondo del Consiglio regionale. Inoltre da alcuni mesi abbiamo iniziato una collaborazione anche con la Provincia di Firenze, e questo è un caso diverso, perché si tratta comunque di trasmissioni direttamente controllate dall'Ufficio stampa della Provincia stessa. Con il Consiglio regionale si è instaurato un rapporto particolarissimo, mentre invece in Toscana la Giunta, per volontà del Presidente [Claudio Martini], non ha rapporti diretti con le emittenti. Io stesso per avere un rapporto diretto con gli amministratori ho dovuto ricorrere alla carta stampata: ancora manca la convinzione di servirsi della televisione come canale per la diffusione di informazione sulle proprie attività politiche e istituzionali.

Nel seguire invece i lavori del Consiglio abbiamo piena libertà di azione, con il solo richiamo a garantire la *par condicio*: si apre comunque sempre un dibattito interno tra redattori, editore ecc.

CHERUBINI: A noi interessa soprattutto sottolineare le difficoltà che si pongono nello svolgimento del lavoro di giornalista, in ogni occasione in cui ci sono interazioni tra diverse figure professionali, istituzionali o politiche, e da questo quadro se ne colgono alcuni importanti passaggi.

Chiudiamo ora con l'intervento di una giovane laureata in Storia del giornalismo, che nella sua tesi di laurea ricostruì un aspetto così particolare della realtà italiana come quello dell'Ordine dei giornalisti. Un tema – come ho già detto - su cui sicuramente torneremo a parlare oggi e nelle prossime conferenze, e che nella tesi è stato analizzato sia in riferimento al dibattito in corso in Italia sugli ordini professionali, sia in riferimento al dibattito sui requisiti richiesti per l'accesso alla professione, sia collocandolo in una prospettiva europea, dove appunto il caso italiano è alquanto originale e per certi aspetti anomalo.

Da sempre interessata al mondo dell'informazione e della comunicazione, dopo una serie di collaborazioni con periodoci e nel settore più vasto dell'editoria, la nostra ospite ci offre un esempio di esperienza

lavorativa sostanzialmente diversa dalle precedenti, perché inserita nel settore della comunicazione e marketing. È infatti addetta alla Segreteria della Presidenza e alla comunicazione esterna ed istituzionale presso l'Azienda Acquedotto del Fiora SPA a Grosseto. È cioè la persona che tiene i rapporti con i *media* – e in questo senso rappresenta la “controparte” rispetto al lavoro degli altri ospiti; inoltre cura le campagne di comunicazione aziendale, la promozione dell'immagine, la gestione dell'Ufficio stampa. Il tema delle campagne di promozione aziendale poteva forse essere approfondito anche con alcuni degli ospiti precedenti (ma il tempo è sempre tiranno), perché si tratta di un aspetto che chiama in causa lo “spirito” di una azienda, quali sono i modi in cui si vuole presentare, valutando vari aspetti.

MELISSA SINIBALDI: Avete toccato una serie di punti importanti, come quello degli stimoli, a cui aggiungerei i sacrifici, perché la gavetta è lunga, spesso si è sottopagati se non addirittura sfruttati. Per me è naturalmente il lavoro più bello del mondo, ma mi sembra opportuno chiarirne le difficoltà. Ritengo che il percorso formativo sia fondamentale, affiancato naturalmente dall'esperienza sul campo. Nel mio caso, dopo la laurea triennale in Scienze Politiche ho iniziato uno *stage* presso una emittente televisiva locale. Ho potuto ben presto affrontare due tipologie di giornalismo e di scrittura, quella della carta stampata e appunto quella televisiva, che hanno diversi canali di trasmissione del linguaggio, dello stile, delle tecniche di comunicazione.

CHERUBINI: Vorrei che ti soffermarsi sul tuo lavoro attuale, perché – come dicevo – occuparsi della comunicazione di una azienda è una occupazione alquanto particolare, e diversa da quelle espостe in precedenza.

MELISSA SINIBALDI: Il mio incarico è in una azienda a maggioranza pubblica, con 56 Comuni soci a cui comunicare molte informazioni. Nel complesso si tratta di una comunicazione a tutto campo, investendo tanti settori, come diceva la Professoressa, in particolare con le campagne relative ai servizi idrici nell'area senese-grossetana (che per esempio mi portano spesso a collaborare con Giovanni Pellicci). Naturalmente il campo dei servizi è diverso da quello dei prodotti, perciò le campagne e ogni altro tipo di comunicazione vanno modulati secondo schemi di riferimento specifici, diversi da quelli di una azienda che produce scarpe, o borse o qualunque altro prodotto. Mi occupo anche della gestione dell'Ufficio stampa (comunicati stampa, conferenze stampa e quant'altro) con il supporto proprio di Giovanni Pellicci (*Agenzia Freelance*) nelle varie funzioni da esercitare sulla base dei casi che si presentano (per esempio le risposte

da dare ai *media*).

*[... registrazione non comprensibile]*

Ma in particolare vorrei con voi soffermarmi sul tema dell'Ordine, richiamando anche l'argomento della mia tesi. Secondo me l'Ordine dovrebbe servire a tutelare la professione e il giornalista, mentre invece nel complesso sembra ricoprire soprattutto un ruolo di sbarramento per l'accesso.

*[... interventi in sottofondo]*

CHERUBINI: Come vedete, il ruolo dell'Ordine dei giornalisti è controverso. Del resto ce lo dimostrano le reiterate proposte di abolizione, tra gli ultimi si è mobilitato anche Beppe Grillo. Questo è un paese che tra l'altro vede uno scontro generazionale: in molti settori c'è la tutela dei lavoratori o professionisti più anziani, e le voci dei nostri giovani ospiti oggi ci dimostrano quanto invece sia difficile per loro un inserimento e quanto sia in parallelo necessaria l'esigenza di una tutela.

Ma di questo aspetto parleremo durante le nostre lezioni istituzionali, anche perché il dibattito sui requisiti per l'accesso è oggi particolarmente attuale. Quindi nell'analisi storica di questo fenomeno terremo anche presenti le valutazioni, le riserve, le aspettative dei nostri ospiti di oggi: ci hanno infatti offerto un significativo quadro dei percorsi che dopo la Laurea in Scienze Politiche possono presentarsi a quanti vogliono cimentarsi con il "mestiere" di giornalisti.

Daniele Redaelli  
Riccardo Pratesi

*Giornale stampato, giornale on line e blog:  
il caso della Gazzetta dello Sport*

CHERUBINI: Dopo l'incontro con i laureati in Storia del giornalismo della nostra Facoltà, oggi inizia il vero e proprio ciclo di conferenze, che come di consueto si svolgono nel mese di maggio all'interno del Corso di Storia del giornalismo. Quest'anno avremo ancora una volta ospiti che da anni collaborano con questa Cattedra, ed è per me un grande piacere tornare a presentarvi Daniele Redaelli, capo redattore della *Gazzetta dello Sport*, per anni alla guida del settore delle *Varie*, gli *Sport Olimpici*.

Un giornalista che ha dimostrato una grande capacità di interagire con gli studenti, illustrando la sua esperienza decennale alla *Gazzetta*, parlando dei modi e tempi di lavoro in una redazione sportiva, di doping e altre ombre nel mondo sportivo, di Olimpiadi, di boxe, di ciclismo e naturalmente di calcio. Un giornalista la cui autorevolezza e credibilità risiede anche in un ben più ampio impegno nelle organizzazioni internazionali mobilitate per favorire il ruolo dello sport come elemento di pacificazione tra i popoli (dalla Palestina all'Afghanistan).

Al suo fianco vedete Riccardo Pratesi, che - come ci ha detto ieri -, dopo la laurea in questa Facoltà e la specializzazione in giornalismo alla Scuola di giornalismo della Luiss, è approdato anche lui alla *Gazzetta*. Come stagista ha fatto parte del "vivaio" di Redaelli, e ora come professionista lavora nella redazione *on line* (e per il suo lavoro in questo ambito ha vinto il Premio Ischia nella categoria giovani professionisti emergenti nel panorama nazionale).

Negli anni passati si sono affrontati - con Redaelli e gli altri ospiti - temi differenziati, riferiti alla loro singola esperienza, competenza, specializzazione personale, spaziando dal giornalismo economico a quello

di divulgazione scientifica, fino alla critica televisiva e alle novità più recenti, come il fenomeno dei blog.

Anche quest'anno tutte le conferenze (ad eccezione in parte di quella sugli Uffici stampa) ruoteranno intorno ad un unico tema, su cui gli ospiti faranno le proprie valutazioni e analisi. L'anno scorso abbiamo affrontato la crisi della carta stampata, la diminuzione nelle vendite, la necessità di allargare il marchio del giornale cartaceo alle redazioni *on line* e ad altri canali multimediali.

Dal nome di un citatissimo studio uscito nel 2004, il titolo delle conferenze si ispirava al *Vanishing newspaper*<sup>1</sup>.

Lo spunto centrale verteva cioè sul destino del tradizionale giornale quotidiano stampato su carta, che si è sviluppato a partire dall'800 e che sembra gradualmente scomparire. Il volume sopra citato provocatoriamente colloca la fine di una delle testate più autorevoli e conosciute come il *NY Times* intorno al 2040.

In tutto il mondo la posizione delle imprese giornalistiche è minacciata dallo sviluppo di altri mercati: la maggior parte dei settori, dalla televisione generalista a quella tematica, dalla radio a Internet, tende a crescere a un ritmo più elevato rispetto all'industria dei quotidiani che, anno dopo anno, perde terreno rispetto ad altri mezzi di comunicazione che hanno una vita più recente e spazi di crescita più ampi<sup>2</sup>.

Tutto particolare è il caso italiano, dove tradizionalmente il mercato dei quotidiani non è stato mai ricco e sviluppato come quello di altri paesi, dalla Germania, al Giappone agli Stati Uniti, e dove assai forte è il ridimensionamento in corso.

Nel corso delle nostre conferenze, abbiamo quindi guardato ai metodi, ai programmi, agli investimenti, che gli editori hanno pensato e attuato per ovviare a questo problema. Se in Italia già da tempo esiste un finanziamento pubblico della stampa, sul piano internazionale si sono trovate varie soluzioni per arginare la crisi:

a) in primo luogo il ricorso alla pubblicazione di giornali del tipo *free press*, gratuiti e finanziati dalla pubblicità, che consentono di concorrere alle spese del quotidiano venduto in edicola,

---

<sup>1</sup> Cfr. P. MAYER, *The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age*, Columbia and London, University of Missouri Press, 2004. Cfr. inoltre V. SABADIN, *Ultima copia del New York Times, Il futuro dei giornali di carta*, Roma, Donzelli, 2007.

<sup>2</sup> L. FABBRI, *I quotidiani: politiche e strategie di marketing*, Roma, Carocci, 2007, pp. 40-41.

b) poi soprattutto lo sviluppo delle redazioni *on line*.

Ma si è tenuto presente che il quotidiano non è solo business, mercato, introiti per il mercato. Bensì si tratta di un mezzo che influenza l'opinione pubblica, la cui autorevolezza può essere conservata mantenendo alta la qualità dell'informazione.

Il saggio *Vanishing newspaper* ha un sotto-titolo assai significativo: *Saving journalism in the information age*. Ciò significa che – in un mondo dove le informazioni sono tante, troppe, spesso infondate e senza fonti certe - potranno e sapranno salvarsi i quotidiani che riusciranno comunque a mantenere quegli aspetti nel contenuto e nella forma che hanno caratterizzato il grande giornalismo su carta: QUALITÀ; CREDIBILITÀ; ACCURATEZZA; DIMENSIONI DELLO STAFF che vi collabora; ATTENZIONE ED EQUILIBRIO in quello che gli anglosassoni definiscono NEWSHOLE (pozzo delle notizie), ovvero il rapporto tra le notizie e la pubblicità all'interno di una pagina<sup>3</sup>

Questo significa che fare giornalismo, e soprattutto buon giornalismo, rimane sempre qualcosa di diverso dal dare meramente notizie, dal fare informazione senza regole e certezze.

Ed è proprio sulla base di queste ultime considerazioni, che quest'anno il tema è rivolto al rapporto del giornalismo professionista con uno dei fenomeni che maggiormente hanno inciso nella trasmissione delle informazioni in questi ultimi anni, il cosiddetto blog.

Quello dei blog è stato un fenomeno che è cresciuto rapidamente, muovendo dallo sviluppo di pagine Internet personali che fungono da "diari di Rete" (che spesso operano come vera e propria controinformazione). Si tratta di un fenomeno ormai storicizzato, che descriveremo nelle nostre ultime lezioni. E un contributo fondamentale verrà da un altro fresco laureato in Storia del giornalismo, Domenico Bova, che sta ora svolgendo uno *stage* presso l'Ufficio stampa della Provincia di Siena, per la realizzazione di un *House organ* di comunicazione interna alla Pubblica amministrazione.

---

<sup>3</sup> The amount of print-space or air-time available to report the news. The size of the newshole is affected by the amount of advertising, which not only takes up print-space, but also determines the number of pages in the paper (how much the news organization can afford). At a daily newspaper, the newshole changes each day, and editors and their reporters are given a certain number of column inches to fill. The articles that are printed are prioritized according to newsworthiness. Thus, reporters not only attempt to complete a story by the press deadline, but they also compete with other reporters to have their stories printed.

Ne diamo quindi ora per scontata la definizione, come forme di informazione che sul piano internazionale hanno spesso avuto un ruolo nevralgico nel far filtrare notizie dai paesi dove non esiste la libertà di stampa, come nel recente caso della Birmania.

In Italia ha avuto un particolare impatto il blog di Beppe Grillo, intorno al quale si è sviluppato un intenso e partecipato movimento di opinione, che si pone in diretta alternativa con il giornalismo professionale, e la cui ultima proposta di abolizione dell'Ordine dei giornalisti costituisce una concreta presa di posizione in tale ambito.

Nella loro originaria funzione i blog dimostrano quanto ancora sia forte e sentita l'esigenza di un'informazione ed una comunicazione libera ed indipendente. Tuttavia, non mancano i rischi di eccessi e soprattutto di una anarchia di gestione che spesso causano un'inattendibilità strutturale, se non addirittura nascondono una volontà di influenzare negativamente i fruitori.

Quello che invece ci interessa è capire come convive il giornalismo professionale con queste nuove forme di informazione; quale significato hanno i blog all'interno delle redazioni *on line* dei giornali cartacei; in cosa differiscono dai forum; se e quanto si stabilisce un'interazione con i blog esterni al giornale; quale impatto, e quale interazione consentono di stabilire con i lettori, e così via.

Quindi passerei la parola ai nostri ospiti, con Redaelli che come di consueto ci introdurrà brevemente la realtà attuale della *Gazzetta dello Sport*, con la sua tradizione e con le novità tecnologiche e organizzative inserite in tempi più recenti, tra cui appunto il grande sviluppo delle risorse su Internet.

Riccardo Pratesi ci parlerà poi della redazione *on line* e in particolare dei forum e delle loro differenze rispetto ai blog.

Sarà infine ancora Redaelli a trarre le conclusioni, prima di passare alle vostre domande.

REDAELLI: Buongiorno, vi ringrazio per la vostra partecipazione e ringrazio la Professoressa Cherubini per avermi invitato anche quest'anno.

L'argomento di oggi mi porta a parlare ancora del mio giornale, su cui ho imparato a leggere molti anni fa, che è lo stesso giornale in cui lavoro come redattore dal 1974, dopo una prima esperienza come correttore di bozze, dal 1971. È un giornale che quindi conosco a fondo e da molto tempo, che è sempre stato un fondamentale riferimento del giornalismo sportivo italiano e oggi rappresenta il quotidiano non di lingua inglese più letto del mondo, anche perché ormai la *Gazzetta dello Sport* si trova un po' dappertutto, magari arriva con ritardo ma viene stampata anche negli Stati Uniti o in Brasile.



Si tratta di un giornale che ovviamente, come tutti i quotidiani, ha vissuto alti e bassi. Questi ultimi sono stati ben più frequenti, in verità: vediamo a tale proposito dati abbastanza recenti sui quotidiani sportivi italiani, che risalgono allo scorso febbraio [2008, *ndr*]. E tenete conto che per i quotidiani non sportivi i dati sono ancora peggiori. Nel 1990 in Italia si vendevano giornalmente un milione e 87.000 copie di quotidiani sportivi. Vale a dire 570.000 copie per la *Gazzetta*, 375.000 per il *Corriere dello Sport* e 142.000 per *Tuttosport*. Nel 2007 - anche se i dati non sono ancora consolidati - globalmente la media di vendita giornaliera dei quotidiani è stata di 756.000 copie: sono passati quindi 17 anni e si registra una regressione del 25% abbondante di copie vendute. Come accennavo precedentemente, la vendita generale di tutti i quotidiani, ovvero *Corriere della Sera*, *Repubblica*, *Stampa*, *Nazione*, ecc. è peggiore: nel complesso si vendono meno i giornali.

Del resto questo processo è diffuso in tutto il mondo: il libro di Vittorio Sabadin *L'ultima copia del New York Times* ha divulgato in Italia lo studio di Philip Mayer secondo cui nel 2043 il *New York Times* avrebbe chiuso l'edizione cartacea. Si trattava di una previsione talmente credibile che tutti i giornalisti - magari non quelli della mia età ma quelli più giovani - lavoravano per lo più con l'idea che forse non sarebbero andati in pensione ancora con il giornale cartaceo. Ebbene, il fatto clamoroso - ed è il motivo per cui oggi possiamo parlare diffusamente della *Gazzetta dello Sport* - e che adesso non sembra che sia più così. Perché questa, che appare una inversione di tendenza? Il *trend* negativo che la *Gazzetta* stava vivendo come tutti gli altri giornali, era ben più pesante [perché se comincia un *trend* negativo in un giornale che vende 100.000 copie e ne perde 1000, la percentuale è ridicola; l'anno dopo ne può perdere altre 1500 ma rimane una percentuale bassa. Invece per un giornale che vende 500.000 copie e arriva a perderne 20.000 è appunto molto peggio].

La *Gazzetta* aveva un *trend* alquanto negativo, sebbene le copie vendute in un anno si aggirassero ancora sulle 330.000 e la situazione non sembrasse così pesante. Invece gli addetti ai lavori pensavano che ciò avrebbe portato nel giro di pochi anni alla necessità di una ristrutturazione. Non puoi fare un giornale con 170 giornalisti se questo giornale non vende più 400.000 copie al giorno bensì 180.000. In Italia sarebbe un obiettivo che molti giornali si augurerebbero di questi tempi, per la *Gazzetta dello Sport* non è così, perché con la sua complessa e articolata struttura non potrebbe sostenere un tale ridimensionamento delle vendite. Quando il mese di gennaio del 2006 cominciò con una perdita di copie del -9% su 315.000 copie, all'improvviso l'azienda decise di cambiare la direzione. Arrivò così Carlo Verdelli, un giornalista completamente sconosciuto sul piano sportivo, ma con una esperienza aziendale notevole perché era stato

vice direttore del *Corriere della Sera* e poi era andato a dirigere *Vanity Fair* e aveva rilanciato questa rivista portandola ai vertici assoluti dei periodici sul piano delle vendite. Sembrava quindi una buona idea per rilanciare un giornale dandogli un taglio “giovane”.

Questa operazione è riuscita, anche se in realtà va chiarito che siamo stati anche assistiti dalla fortuna, che nel 2006 portò la vittoria del titolo Mondiale di calcio. Infatti da quel momento il giornale presenta un *trend* positivo costante. Ribadisco naturalmente l'importanza dei Mondiali di calcio; abbiamo fatto il record storico di copie tirate e anche vendute il giorno della vittoria del Mondiale: due milioni e 302.088 copie. Si è addirittura verificata una cosa mai successa in nessuna parte del mondo: ovvero il numero ristampato il giorno dopo. La domenica l'Italia ha vinto il titolo mondiale e il lunedì abbiamo dovuto richiamare addirittura i rotativisti perché la *Gazzetta* era andata esaurita appena arrivata nelle edicole. Perciò al mattino sono ritornati per fare un'ulteriore tiratura che è tornata in edicola ed è andata ancora esaurita; a quel punto l'azienda ha preso una decisione che è stata saggia: sono state tirate altre 300.000 copie nella serata dalle 22 in poi, cioè prima del nuovo giornale che doveva andare in edicola martedì. In conclusione i due giornali sono usciti insieme il martedì e davanti alle edicole c'era ancora gente che voleva comprare la *Gazzetta* del giorno prima, a quel punto evidentemente non per leggerla ma per conservarla.

Questo è stato un evento storico con le squadre di rotativisti che hanno lavorato in pratica a tempo continuato per un giorno e due notti. Io andai infatti con il direttore il lunedì sera a ringraziarli e fu una splendida emozione perché la sede della rotativa è rimasto l'unico posto del giornale in cui si respira ancora aria di fabbrica, in cui ci sono ancora gli operai con le tute sporche di inchiostro. È dato che le figure tradizionali degli operai sono praticamente scomparse, è stato quindi come fare un tuffo nel passato, molto toccante.

CHERUBINI: Vorrei sottolineare come Redaelli stia evocando un altro aspetto che è fondamentale nella storia dell'editoria e del giornalismo, cioè l'evoluzione della figura del tipografo. Si tratta infatti di una categoria che è stata fondamentale nella storia dell'associazionismo economico italiano, capace di esprimere una forte e consapevole organizzazione sindacale, di rivendicare i propri diritti, ma anche di dare un contributo più ampio nella storia e nei contenuti del giornalismo del nostro paese. Nelle nostre lezioni abbiamo sottolineato come alla fine dell'800 proprio la professionalizzazione di questa categoria contribuì all'evoluzione e al processo di modernizzazione della stampa italiana nel suo complesso, perciò è interessante constatare quanto sia cambiato con l'avvento delle

nuove tecnologie. Si è perso comunque molto di quell'atmosfera di intreccio del concorso dell'operaio con quello del redattore e dell'editore, come Redaelli ci ha appena ricordato.

REDAELLI: Effettivamente la tecnologia in tipografia ha fatto sì che i tipografi da operai diventassero molto più di operai specializzati: oggi sono in pratica degli impiegati, non più con la tuta ma con il camice (...e sembrano tutti dei chirurghi), lavorano al computer, senza che ci sia più quell'aspetto straordinario dal punto di vista umano, con il lavoro dei redattori gomito a gomito con i tipografi e i giornali sotto le rotative. Adesso in tipografia non si va più, perché chiaramente con il computer non c'è più bisogno di muoversi. Le rotative sono a 25 km di distanza dalla sede del giornale, quindi andarci è un vero e proprio viaggio. Non si vedono più i rotativisti e si è perso un aspetto che non è solo folklore, e infatti io ho intenzione di organizzare piccole gite per giornalisti nella notte, per andare a vedere quando parte la rotativa. Andare a vedere la rotativa è un'esperienza straordinaria, soprattutto quando sei lì su al quinto piano e la rotativa parte, senti tremare tutto e la carta rosa comincia a girare piano piano, continua ad essere rosa e poi d'un tratto comincia a uscire con una serie di colori improponibile, e infine ancora d'un tratto diventa un giornale impacchettato....

Dicevo che abbiamo avuto un *trend* positivo con risultati utili colossali; nel 2006, dopo anni di calo siamo risaliti ma ben sappiamo – azienda compresa – che ciò è in gran parte dovuto al Mondiale di calcio vinto, ma anche allo scandalo del calcio, che comunque ha portato un aumento di copie perché la gente andava a comprare il giornale per informarsi su una vicenda che aveva avuto larga eco.

Il problema è tornato a porsi nel 2007, anno dispari che per i giornali sportivi è un anno drammatico perché non ci sono eventi sportivi rilevanti, non c'è Europeo di calcio, non c'è Mondiale, non c'è Olimpiade, né invernale né estiva: è l'anno che gli editori vorrebbero veder passare in una settimana. E noi abbiamo cominciato il nostro 2007 con serenità, l'azienda aveva previsto addirittura una diminuzione del venduto giornaliero del 16%, nel senso che sarebbe stata molto contenta di perdere il 16%. Abbiamo chiuso il 2007 con un ridicolo incremento dell'1%, ma che su una previsione di perdita del 16%, di fatto corrisponde ad un + 17%. Anche se poi ovviamente l'azienda fa la sua parte e sottolinea solo il “misero” aumento dell'1%; è ovvio che questo è il gioco delle parti, però la conferma dell'inversione di rotta ci ha fatto capire che il *trend* negativo era finito.

Inoltre l'azienda ha ripreso fiducia perché aveva investito 90 milioni di euro nel nuovo progetto della *Gazzetta* in formato *tabloid*. Si era trattato

di un investimento dovuto ad un motivo specificamente commerciale, infatti la *Gazzetta*, seppur con un *trend* negativo, era ancora molto richiesta dai clienti pubblicitari. La pubblicità ha un flusso con i quotidiani molto strano, si accorge molto tardi che un quotidiano ha successo, per cui se voi seguite le curve del venduto, quando un quotidiano va giù la pubblicità va su, poi si accorgono che il quotidiano è andato giù e di conseguenza anche la pubblicità, ma intanto il quotidiano è ritornato su; è un processo comico, ma è così.

Quindi i pubblicitari spingevano per fare le inserzioni, ma la *Gazzetta* allora aveva 16 pagine a colori massime disponibili in un giorno, di cui una era la prima pagina, quindi invendibile dal punto di vista pubblicitario. Inoltre per una questione tecnica nella pagina due e nella pagina tre il giornale tendeva a mettere solo piccole inserzioni. Inoltre, la penultima pagina di norma è quella dove è scritto il nome del direttore responsabile e tutte le altre informazioni obbligatorie per legge, quindi dal punto di vista della pubblicità non risulta tanto vendibile.

In sostanza, le pagine utili per essere vendute tutti i giorni erano 13 per pagine intere - anzi 12 più un paio di altre inserzioni. La pubblicità è composita: clienti buoni e meno buoni. Se hai la pubblicità di Armani o della Mercedes è un conto, ma se hai la pubblicità di quello che fabbrica i cacciaviti - pur con tutto il rispetto - viene considerata in una maniera diversa dal lettore: del resto, è anche il tipo di pubblicità che in un certo senso crea la qualità di un giornale. Non ci credo tanto personalmente, però poi i dati di fatto sono questi. C'era dunque questa spinta: per esempio si presentava il cliente e diceva "voglio fare una pagina di pubblicità a colori" ed era maggio, io dicevo: "ce l'ho libera il 23"; il cliente replicava: "io faccio gelati, capisci, ho bisogno della pubblicità nel mese di giugno o di luglio", e finiva che chiudevo la conversazione dicendo che non avevamo spazio. Tutto ciò ha portato l'azienda a pensare di fare questo investimento colossale perché - come abbiamo detto prima - i giornali di carta sembra(va)no destinati a sparire in breve tempo. L'azienda ha cambiato la rotativa del *Corriere della Sera* spendendo circa 165.000.000 Euro e due anni dopo ha investito altri 85 milioni per le rotative della *Gazzetta dello Sport*, affrontando anche il salto nel buio del cambio di formato.

CHERUBINI: Nelle nostre lezioni non abbiamo ancora parlato della tormentata vicenda del *Corriere della Sera* a partire dal crack della Rizzoli nel corso degli anni '70, con il successivo passaggio attraverso una serie di cambiamenti di proprietà, anche con momenti di difficoltà notevoli, di fatto poi completamente risanate all'interno dell'attuale gruppo Rizzoli-Corriere della Sera. Un gruppo che oltre ad essere proprietario appunto del *Corriere della Sera* e della *Gazzetta dello Sport*, ha anche altri interessi

nel settore cartaceo soprattutto in Spagna, oltre ai settimanali e agli investimenti in altre imprese di tipo multimediale.

REDAELLI: Anche nei periodi di *trend* negativo la *Gazzetta dello Sport* è sempre stato il giornale più letto d'Italia, poiché mentre *Corriere della Sera* e *Repubblica* sono letti in media da tre persone per ogni copia venduta, la *Gazzetta dello Sport* è mediamente letta da otto persone. Dicevo quindi che per il 2007 non ci sono ancora i dati completi (perché vanno divisi per semestre). Mi riferisco ai dati rilevati attraverso l'Audipress, che rappresenta una specie di media di rilevazioni; ovviamente si tratta di un meccanismo empirico come tutte le rilevazioni, ma viene considerata attendibile da tutti gli utenti pubblicitari. Sono cioè come i dati Auditel: sarà vero che ieri 7 milioni di persone hanno visto quella trasmissione? I pubblicitari ci credono, per cui viene dato comunque per buono il dato, che è omogeneo. Noi abbiamo 3.592.000 lettori medi giornalieri. Per farvi capire, *Repubblica*, che vende qualche copia in meno del *Corriere della Sera* però è letta da più persone si attesta sui 2.944.000, quindi 600.000 meno dei nostri. Il target dei lettori è ripartito, generalmente si ritiene che la *Gazzetta dello Sport* sia il giornale dei pensionati, ma non è vero perché il 43% sono addirittura under 34.

Se dunque si è frenata la perdita di copie, e con il grande investimento di cui dicevo la *Gazzetta* è uscita nel nuovo formato. I dati precisi li avremo la prossima settimana, ma si può già dire che il prodotto è piaciuto. È vero che nel mese di aprile di quest'anno abbiamo perso qualche copia rispetto all'aprile dell'anno scorso, ma si tratta di un ridimensionamento realmente minimo; inoltre nell'aprile dell'anno scorso si aveva un turno di campionato, quello infrasettimanale, in più. Ma soprattutto quel mese offriva la partita Inter-Roma, molto attesa per la possibile attribuzione dello scudetto all'Inter. In realtà la partita non fu decisiva, e questo fece sì che la domenica successiva fosse un'altra giornata trionfale perché l'Inter vinse proprio allora lo scudetto: finalmente dopo 20 anni la squadra milanese con grande seguito in tutta Italia poteva festeggiare qualcosa, perciò fu per noi un grande successo di vendite.

Va infine considerato che la Champions League di quest'anno nel mese di aprile vedeva gareggiare la sola Roma - già con la partita di ritorno che dopo la sconfitta dell'andata era più o meno segnata - e registrava l'ormai avvenuta eliminazione del Milan, mentre invece l'anno scorso il Milan vi giocava ancora ed era proiettato verso la finale, con davanti partite belle ed importanti. Per concludere, con un paragone del genere chiudere il mese di aprile pressappoco con lo stesso numero di copie vendute può essere effettivamente considerato un segnale di gradimento del nuovo formato.

È molto difficile capire se è gradito il nuovo formato quando si tratta di un giornale che sta andando molto bene; per un giornale in difficoltà se con il nuovo formato si registra una differenza nelle vendite si può attribuirlo appunto a questo cambiamento. Per un giornale che sta andando bene, una diminuzione può essere attribuita alla fine del *trend* in ascesa e quindi all'inizio di una stabilizzazione. Perciò l'analisi slitta di qualche mese, mentre se il giornale fosse stato ancora in *trend* negativo la risposta sarebbe stata immediata.

Comunque tutto questo smentisce apparentemente il fatto che la *Gazzetta dello Sport* come giornale cartaceo sia destinata a scomparire. D'altra parte, anche il nostro sito Internet va molto bene. Il target dei lettori su Internet è in genere estremamente giovane perché sono le generazioni più giovani che si informano con questo strumento e quindi di solito non comprano il giornale. In realtà la *Gazzetta* ha un *trend* positivo in edicola cui si affianca la crescita del sito del 2007: ha avuto un + 48% rispetto al 2006. Un dato decisamente significativo, con una media di visitatori (utenti) unici giornalieri di 493.216 (dato del 2007).

In questi primi mesi del 2008 i dati che io sento quotidianamente in riunione sono già superiori, e non di poco: probabilmente la media del 2008 si attesterà attorno alle 530/540.000 visite uniche giornaliere in più. 62 milioni e 800.000 euro è infine il dato del fatturato pubblicitario dedicato alla *Gazzetta dello Sport*.

CHERUBINI: Ringrazio Daniele Redaelli e sottolineo che quanto ci ha detto finora ci consente anche di capire come si possa avere un'attendibilità e credibilità parlando del giornale in cui si lavora, al di là della comprensibile autoreferenzialità di chi è parte di una testata e di una azienda. Naturalmente questo è un elemento da apprezzare in modo particolare.

Voglio riepilogare i punti che sono stati affrontati. In primo luogo Redaelli ha parlato di un *trend* che contraddice il rischio dell'esaurimento della carta stampata rispetto a Internet; al di là della specifica spiegazione riferita al caso della *Gazzetta*, si tratta di un elemento significativo. Inoltre ha richiamato molto chiaramente il ruolo della pubblicità, che quindi ci rimanda a quell'aspetto di cui parlavo in apertura, ovvero il *newshole*, e cioè la necessità di avere pubblicità per avere soldi, mantenendo però l'equilibrio rispetto allo spazio riservato ai veri e propri contenuti del giornale.

Inoltre si sono fatti interessanti riferimenti a quella definizione di *giornale più letto* rispetto a *giornale venduto*. Questo è un tema che sarebbe interessante approfondire perché richiama un fenomeno da sempre riscontrato nella storia del giornalismo: per esempio, i bar, i locali pubblici, tutte le aree dove è presente una copia di un giornale quotidiano,

hanno una potenzialità di lettori maggiore rispetto alla copia singola.

Un ultimo aspetto che Redaelli ha sottolineato è quello relativo al cambiamento di formato, che noi abbiamo già visto parlando della *Nazione* in particolare ma anche facendo riferimento alla diffusa affermazione del *tabloid*. Anche in questo caso si evocano temi significativi, perché un correttivo alla crisi del giornale cartaceo consiste anche nella modifica del formato, rendendolo più facile da leggere in treno, su un autobus, ecc., cioè superando uno dei limiti della carta stampata e aprendosi a quelle abitudini di avere canali di lettura più immediati e meno ingombranti, ormai radicate nei lettori.

Così torniamo direttamente al rapporto tra cartaceo e Internet, e su questo punto interviene ora Riccardo Pratesi.

PRATESI: Io ho cominciato a lavorare alla *Gazzetta* molto più recentemente, cioè dal 2000, e ho lavorato per il cartaceo fino al 2005 quando sono poi passato alla redazione *on line*.

Ma prima di farvi un quadro più preciso della mia esperienza voglio riprendere il riferimento di Redaelli ai nostri dati, per sottolineare che il sito è in una fase di enorme incremento di lettori, il che è solo relativamente merito nostro, poiché ovviamente tutti i siti sono in fase di espansione. Comunque la sensazione di euforia che ci danno i dati nasce dalla consapevolezza di un *feeling* con i lettori che si andrà sempre più rafforzando. Questi dati di fatto registrano solo una minima parte di quello che succederà, il prossimo anno saranno probabilmente raddoppiati e questo processo continuerà per lungo tempo. I margini di crescita e le potenzialità di questo mezzo sono straordinari, enormi; credo possa essere interessante che vi illustri le differenze di lavoro, di risultati, e di aspettative tra la redazione cartacea e quella *on line*, avendole vissute in prima persona.

REDAELLI: Volevo segnalare che questi dati riguardano soltanto i collegamenti dall'Italia, ma quello della *Gazzetta dello Sport* è anche uno dei siti più visti fuori dal nostro Paese, soprattutto per gli italiani che sono all'estero e che non trovano il giornale cartaceo - perché è vero che siamo pressoché dappertutto, ma alcuni posti sono davvero difficili da raggiungere -, oppure vogliono vederne le notizie e i commenti in tempi rapidi, e non aspettare alcuni giorni. Perciò si collegano al sito, e questo dato non è rilevato e non riguarda 3/4000 persone, ma molte di più.

PRATESI: Dal punto di vista giornalistico quali sono le due grandi differenze tra lavorare *on line* e lavorare per un giornale cartaceo? Innanzitutto è diverso il concetto di spazio. Nel giornale cartaceo il problema dello spazio è "drammatico" per il redattore, perché anche solo 10/5 righe

sono oggetto di una lotta tra i diversi settori redazionali all'interno di un giornale. Ciascun settore reclama più spazio, vuole mettere più notizie, oppure c'è la pubblicità che richiede spazio e allora quotidianamente si scatena appunto una lotta per ottenerlo.

Lo spazio di Internet è al contrario infinitamente grande: si può inserire quello che si vuole, dimenticando l'assillo che si presenta ogni giorno quando si scrive per la versione cartacea del giornale.

La seconda grande differenza a mio avviso consiste nel rapporto con il lettore. Io ho scritto per cinque anni sulla *Gazzetta* e non avevo il feedback di ciò che i lettori pensavano di quello che avevo scritto. Il giornalista scrive, può pensare di aver prodotto un prezzo splendido, però effettivamente non sa come viene percepito. Su Internet lo capisci subito perché abbiamo la firma elettronica, per cui ci scrive il lettore che ha trovato bello l'articolo, o molto più spesso scrivono lettori che non sono d'accordo con quello che hai scritto. Ognuno può poi commentare nella community sotto ogni pezzo esprimendo cosa pensa di quell'articolo, spesso c'è inoltre la possibilità di votare i sondaggi relativi ai vari articoli che abbiamo messo sul sito. Infine il redattore può sviluppare più approfonditamente certi argomenti nei forum o magari nei blog. Infine, come strumento di valutazione del gradimento abbiamo "i 10 pezzi più letti", indice che consultiamo quasi come fosse la Bibbia. Per spiegarvi meglio, noi redattori – che lavoriamo dalle 8 di mattina a mezzanotte - ogni giorno pubblichiamo circa 30 pezzi nuovi. Più le gallerie fotografiche. I 10 pezzi più letti sono una bussola, ci fanno capire qual è il vostro interesse nei confronti di quello che scriviamo.

Io posso magari aver scritto un pezzo splendido, ma se il pezzo splendido è stato letto da 15 persone perché in quel momento l'argomento non interessa a nessuno, il mio pezzo splendido è fondamentalmente fine a se stesso. Quindi è importantissimo capire cosa pensate di quello che abbiamo scritto. Il fatto che siano i più letti non vuol dire che siano i più graditi, bensì indica che quell'argomento interessa, "stuzzica" parecchio, anche se non necessariamente è stato apprezzato. Il nostro approccio e la trattazione di quell'argomento sono altrettanto importanti: può accadere che tra i pezzi più letti ci sia uno che tratta di gossip, e nei commenti troviamo scritto: "*Gazzetta*, perché scrivi questi pezzi qui?". Però nella classifica dei pezzi più letti è tra i primi tre, e allora ci poniamo l'interrogativo: dobbiamo continuare o no a pubblicare questo tipo di articoli? E anche questo interrogativo nasce dal feedback, molto diverso e più completo rispetto al giornale cartaceo.

Questi sono quindi secondo me i grandi vantaggi della redazione *on line*: lo spazio illimitato e la possibilità di avere un quadro generale della ricettività e del gradimento dei nostri lettori sui nostri pezzi. Invece, il



grosso problema di Internet dal punto di vista professionale di un giornalista, rispetto alla carta stampata è costituito dai punti di riferimento. Se io faccio il giornalista per la carta stampata ho le agenzie di stampa sempre a disposizione, ho altri giornali a disposizione, ho le mie fonti personali che sfrutto e così faccio il mio pezzo, su Internet le fonti diventano molto più ampie: ci sono tutti gli altri siti Internet.

È difficile che le agenzie facciano un errore macroscopico, così come è difficile che un altro giornale abbia scritto delle sciocchezze immense. È invece molto più discrezionale, e molto più pericoloso, andare a cercare le notizie *on line*, perché puoi trovare notizie e commenti molto interessanti, che magari ancora non sono diffusi - anche se ormai quando pubblici una notizia dopo due minuti ha già fatto il giro del mondo, non esiste più lo scoop. Ma puoi anche trovare notizie infondate. L'attendibilità di ciò che trovi su Internet è più a rischio, perché molti addetti ai lavori non hanno la deontologia professionale che si applica al giornale cartaceo, quindi si pone il problema di valutare e selezionare le notizie che riteniamo attendibili per poi pubblicarle. Come facciamo? Molto spesso seguiamo l'esperienza, basandoci sul *brand* del sito. Se io vado su un sito che ha una sua credibilità tendo a dare una maggiore attendibilità alla notizia che leggo, altrimenti dovrò avere l'onestà intellettuale di dire dove l'ho trovata e citare la fonte, di modo che il lettore saprà che in mancanza di certezza ne prendo - tra virgolette - le distanze.

Passerei ora a parlare del blog - riferendomi essenzialmente ai blog individuali (non inseriti all'interno di una testata giornalistica), caratteristici dell'*on line*. Secondo me sono un arricchimento, uno dei tanti arricchimenti che Internet può dare e quindi di per sé una cosa positiva, una opzione in più.

Ma anche in questo caso si pone il problema dell'attendibilità, della credibilità, e si pone in modo ben più rilevante rispetto ad altri strumenti di Internet. In un forum ci sono dei moderatori, dei temi che vengono trattati, e ognuno dice la sua. Si tratta cioè di uno strumento molto democratico, molto libero, in cui ognuno si esprime senza pretendere che la sua opinione sia la migliore. Il blog è diverso ed in sostanza più "pericoloso", perché il protagonista del blog si arroga il diritto di valutare ciò che è giusto e ciò che è sbagliato, ciò che è vero e ciò che è falso. Chi partecipa al blog, cioè il lettore, al massimo può dire la sua, ma è infine il protagonista del blog e ribadire come la pensa.

Quando si dice che si tratta di un diario moderno, va però rilevata una fondamentale differenza con quelli tradizionali, al di là delle similitudini. Un vecchio diario personale era appunto *personale*, era privato, non veniva pubblicato, si scriveva per se stessi. Adesso il blog è comune con tutti, lo metti in Rete e interagisci con tutti, qual è la differenza? La diffe-

renza è che serve spesso per fare opinione e per veicolare l'opinione della gente verso la tua, perciò in questo senso uno strumento molto importante diventa (anche) un'insidia. Quindi la democraticità che rilevo in un forum in questo caso non c'è: c'è invece il protagonista del blog che dice "io la penso così", anche filtrando i commenti che riceve.

CHERUBINI: Ringrazio Riccardo Pratesi perché ha toccato temi importanti, che oltre a valere per la sua esperienza personale, ci consentono di cogliere una serie di fattori che sono tipici di ben più vasti fenomeni.

Pratesi si è collegato all'intervento di Redaelli parlando del *trend* in continua progressione del loro giornale. Poi ha descritto con molta efficacia cosa significa lavorare *on line*.

Nel complesso ha dimostrato particolare apprezzamento per il riscontro diretto del giudizio del lettore, collegandosi in questo al tema del blog. In realtà su quest'ultimo fenomeno le valutazioni possono essere molteplici, e da parte mia posso solo fare una considerazione generale. La nostra società è infatti oggi diffusamente attraversata dalla volontà di offrire agli utenti – di qualsiasi tipo, a seconda dei casi: lettori, elettori, ma anche studenti nelle loro valutazioni dei docenti –, la possibilità di intervenire direttamente e, come diceva Pratesi, "dire la loro". Da un lato ciò indubbiamente implica una dimensione di maggiore democraticità e di partecipazione diretta ai processi che in precedenza venivano meramente "subiti" dagli utenti. Rimane comunque il dubbio sui rischi di interventi, valutazioni e di una partecipazione che, se non condotti con rigore nei tempi, nei modi e nei contenuti, possono invece dare risultati distorti e non effettivamente veritieri. E soprattutto – sul piano etico e deontologico – si pone il problema che chi offra un proprio operato agli utenti – giornalista, politico, docente – sia poi eccessivamente condizionato dal giudizio immediato e diretto, piuttosto di guardare al valore complessivo dei messaggi e dei contenuti che intende portare.

PRATESI: Del resto un altro pericolo del blog può essere l'attendibilità (o meglio la mancanza) del blog medesimo. Se io - per esempio - vado alle finali del basket Nba in America e produco un blog, e ogni giorno da New York pubblico un resoconto su come vanno le finali, con notizie, commenti e aneddoti, chi garantisce però che io sia davvero lì? In realtà non lo garantisce nessuno: le immagini dell'evento sono a disposizione, le posso vedere dalla mansarda di casa mia via satellite. Ed è per questo che la certezza della veridicità la danno non tanto i blog, quanto i siti che dietro hanno uno specifico marchio, un *brand* che di per se stesso è una garanzia, anche dei suoi propri blog.

REDAELLI: Riguardo al rapporto con i lettori vorrei però fare una considerazione, e raccontarvi una vicenda.

Quanto dirò vorrebbe dimostrare che esistono diversi modi di stabilire un rapporto con il lettore, tra cui un caso in costante evoluzione è appunto quello basato sugli strumenti tecnologici: dal forum al blog. In questi casi il lettore dà un giudizio su un intervento di tipo tecnico, magari solo per dire che ha apprezzato o no un determinato articolo, o magari per commentare qualcosa che è contenuto in quell' articolo. Del resto è la stessa cosa che capita nella posta dei lettori sul giornale cartaceo: un lettore manda una sua opinione alla rubrica della posta, per esempio critica Mancini o Ancelotti, comunque si tratta sempre di aspetti tecnici.

Diverso è invece il contatto con il lettore attraverso la posta elettronica, o meglio con la corrispondenza che arriva nelle e-mail privata del direttore e dei redattori. Adesso io faccio il segretario di redazione, che viene considerato dal nostro attuale direttore il "ministro degli esteri" e ciò rende il contatto con i lettori veramente diretto. Naturalmente le e-mail private giornalieri che arrivano al direttore sono numerosissime, diciamo 400, e non è possibile rispondere a tutte. Viene perciò attuata una pre-selezione eliminando tutte quelle di genere più "ordinario", come i comunicati stampa ecc. Ma si risponde a tutte le altre, ed è una scelta precisa del nostro direttore quella di fornire una risposta personalizzata.

Questo vuol dire che chi manda un *curriculum vitae* non riceve una risposta standard bensì una risposta personalizzata; inoltre ci sono altre richieste abbastanza divertenti. L'ultima veniva dal Canton Ticino, quindi dalla Svizzera: i dirigenti di un club di calcio di una serie minore dicevano di essere sull'orlo del fallimento e di aver bisogno subito di 150.000 Euro. Chiedevano cioè questi soldi al nostro giornale in qualità di sponsor, poiché avevano già messo la maglia rosa con scritto: *Gazzetta dello Sport*. Oppure arrivano altre richieste a cui è più difficile rispondere negativamente, ma è ovvio che non ci sono alternative. Mi riferisco alle richieste di sponsorizzazione, anche per poche migliaia di euro, per iniziative assolutamente nobili, tipo torneo di pallavolo locale per aiutare un bambino malato che si deve operare: ce ne sono 300 al giorno in tutta l'Italia e sono interventi che un giornale nazionale deve rifiutare complessivamente, perché se ne accetti una dovresti accettarle tutte. Poi ci sono le questioni personali, che danno anche il senso di cosa rappresenti e cosa sia davvero la *Gazzetta dello Sport*, come emerge appunto dalla vicenda che sto per raccontarvi: una vicenda recentissima che mi ha molto colpito.

Il 10 febbraio di quest'anno arriva una e-mail al direttore, che la legge, e me la gira chiedendomi: "Secondo te è una cosa reale, che cosa rispondere? Rispondigli tu, io non saprei che cosa dire". A scrivere è un ragazzo, il quale ci dice che il 14 febbraio farà la stessa fine di Marco

Pantani, il suo idolo: “Perché io sono un fallito, non posso continuare ad essere di peso alla mia famiglia; non mi sono mai drogato e se sapessi come fare per comprare una dose sufficiente per morire lo farei, comunque troverò un'altra soluzione”. Di fronte a e-mail così ti chiedi se si tratti di un mitomane, o uno che lo stia pensando sul serio. Non sai chi sia, non è facile rispondere. Vi racconto questo, non per sottolineare come me la sono cavata, lo racconto per sottolineare un aspetto del lavorare in un giornale molto popolare, il cui riferimento sul piano sociale viene riconosciuto evidentemente anche dai nostri lettori. Allora io gli ho risposto così: “Carissimo X, i momenti difficili li abbiamo tutti ma ci sono soluzioni a tutti i problemi oppure bisogna trovare il modo di trovarne una, io onestamente non so cosa dirti. Il direttore mi prega di risponderti, ma che cosa ti posso dire? Ti racconto solo un piccolo episodio vero che mi è capitato e mi ha lasciato il senso di che cos'è l'attaccamento alla vita.

Ospedale di Emergency a Kabul, tutte le sere alle cinque giocavamo a pallavolo con gli infermieri e i *cleaners*. I *cleaners* erano quasi tutti reclutati tra gente saltata su mine antiuomo e che aveva ferite di guerra, cosicché qualcuno non era proprio un prestigioso giocatore di pallavolo. Il più bravo di tutti - che prima giocava davvero come alzatore come pallavolista - aveva perso una gamba sopra il ginocchio, perciò aveva un arto artificiale e, non potendo più piegarsi, come alzatore era diventato scarso. Si capiva la sua abilità con le mani ma aveva poca mobilità, per cui nel complesso al massimo era bravino. Le nostre partite di pallavolo erano quindi un divertimento, ma erano in verità delle pessime partite di pallavolo, e noi le facevamo anche un po' di nascosto perché erano proibite. Del resto, nella caserma dei talebani che confinava con l'ospedale e adesso è la sede del Ministero delle attività femminili, anche alcuni talebani giocavano a pallavolo, tutti vestiti con i loro abiti tradizionali. Pur essendo proibito, i palloni volavano un po' qua un po' al di là del muro, e ce li ritiravamo tacitamente. Dato che giocavamo noi, giocavano anche loro, loro non ci denunciavano alle autorità e noi non li fotografavamo mentre giocavano. Ogni sera arrivava a vedere questa partita un ragazzino che era il nostro tifoso più entusiasta, qualunque punto segnato da qualunque squadra - lui non tifava per nessuno - applaudiva, il suo applaudire consisteva nel picchiare quello che restava della sua mano sinistra sul bracciolo della sedia a rotelle, lanciando urli come quando si segna un gol. Non aveva il braccio destro, la gamba destra era amputata sopra il ginocchio e la gamba sinistra amputata sotto il ginocchio: aveva giocato con una mina antiuomo. E questo bambino ogni sera era felice e io i primi giorni mi chiedevo: “ma cos'ha da essere felice questo bambino?” Avrò avuto 10 anni, lo dovevano spingere i suoi coetanei con la carrozzina per venire a vedere la partita di pallavolo, e lui era quello che più di tutti si entusiasmava per un gioco

che sicuramente non avrebbe mai più potuto praticare, perché è difficile giocare a pallavolo con tre protesi e un terzo di mano...” Ho scritto solo questo al ragazzo che aveva spedito la e-mail.

Non ho avuto risposta fino al 6 maggio, ore 17.11: “Caro Redaelli, buonasera, non so se si ricorda di me: sono quel ragazzo che circa tre mesi fa aveva scritto in preda allo sconforto, sarò sempre memore del suo sostegno e ho apprezzato soprattutto la spontaneità e l’apertura nei miei confronti. Avrebbe anche potuto rispondermi in maniera fredda e distaccata e invece mi ha consigliato da padre o da fratello. Dato che l’avevo disturbata per vicende negative ci tenevo a farle sapere della mia serenità ritrovata: allora avevo appena fallito un esame, e il diktat di mio padre era: lasci l’Università e ti trovi un lavoro. Io ho solo messo un po’ da parte i testi universitari, non ci sono state sessioni d’esame, mi sono dato una mossa, ho frequentato un corso di computer, ho quasi preso la patente europea che può sempre servire, sto ripassando l’inglese tra un colloquio di lavoro e l’altro, quando prendo in mano il testo di diritto commerciale sono più voglioso di apprendere, affronto il libro con più “cattiveria”... Non so trovare una spiegazione a questa mia consapevolezza ritrovata, ma credo che si possa ricollegare a un tanto di amor proprio, misto a necessità di sopravvivenza. Cercando un lavoro mi sono accorto che nessuno ti regala niente, la concorrenza è spietata ma la si deve pur affrontare. Tra le note divertenti parteciperò a breve a un quiz preesale su Raiuno come concorrente e in settembre sarò tra i volontari del Mondiale di ciclismo di Varese. Spero mi inseriscano tra quelli che si occupano dei rapporti con i *media* così magari potrei incontrarla e salutarla. A proposito di ciclismo, la mia passione, il Giro sta per partire dalla mia Sicilia. Sono certo che come sempre la gente soffocherà d’affetto la carovana, e con lo stesso sincero sentimento la saluto e la ringrazio ancora”.

CHERUBINI: Non credo ci siano parole adeguate per commentare questa testimonianza, perciò mi limito a sottolineare che – al di là dei mezzi, dei canali, degli strumenti che si hanno a disposizione – un vero giornalista stabilisce un *vero* rapporto con il lettore soprattutto grazie alla propria professionalità e umanità.

*Domande:*

DOMENICO BOVA: Volevo solo ricordare che il blog non sostituisce gli altri strumenti ma è uno strumento in più, che secondo me riesce a mettersi dall’altra parte della barricata e in alcuni casi può essere più efficiente dello stesso giornalista. In America per esempio ci sono stati casi eclatanti di giornalisti anziani importantissimi che sono stati messi alla

berlina e sbugiardati da ragazzini di 12 anni, che magari scoprivano che c'era una cosa non vera in un articolo e la mettevano sul blog. Ovviamente c'è un elemento di autoreferenzialità nel blog perché il blog di per sé non è uno strumento di comunicazione, e se non lo riprende il giornale famoso difficilmente trova una propria eco, a meno che si tratti di temi davvero rilevanti, significativi o addirittura drammatici. Comunque nel complesso concordo sul fatto che siamo in una fase di transizione – e mi collego al testo di Sabadin ma anche ad un recente intervento di *Repubblica*. In quest'ultimo si mostrava un sondaggio tra alcuni Direttori di giornali in tutto il mondo, e tutti sostenevano che le edizioni cartacee non finiranno, però quello verso cui andiamo incontro è un'interazione tra il cartaceo che veicola i commenti attraverso Internet, e viceversa Internet che con la propria tempestività interagisce con il cartaceo, inglobando strumenti quali la radio ecc... Secondo me il futuro è già in atto e presenterà una sempre più stretta e innovativa interazione tra tutti i *media*, creando un pacchetto editoriale unico e completo.

CHERUBINI: A questo proposito devo ripetere una cosa: nel *Vanishing newspaper* Philip Mayer molto opportunamente sottolineava l'autorevolezza della carta stampata, perciò credo che il futuro sia anche l'autorevolezza di un Internet integrato con la carta stampata in modo equilibrato e nel rispetto dei tradizionali principi deontologici del giornalismo.

PRATESI: Anche secondo me questo è indubbiamente il futuro dell'informazione attendibile, che dovrà fugare i dubbi che nei blog non tutto sia vero o che addirittura tutto sia al massimo verosimile.

CHIARA SCARDAZZA: La prima domanda è sul ruolo delle donne all'interno delle redazioni sportive, dato che le grandi firme sono sempre di grandi giornalisti uomini, tranne rarissime eccezioni.

Inoltre chiedo a Redaelli quale rapporto c'è tra voi giornalisti sportivi e i giornalisti di cronaca e attualità. Intendo dire che è più facile riconoscere un editoriale di un grande giornalista come Scalfari o altri. Un grande editorialista secondo me era l'ex direttore della *Candido Cannavò*, ma in generale è difficile vedere anche all'interno del vostro giornale firme molto prestigiose: c'è quindi un po' di rivalità con i "generalisti" a cui viene diffusamente riconosciuto un grande prestigio?

REDAELLI: Le donne in *Gazzetta* adesso cominciano a costituire una presenza nutrita perché sono almeno 22-23. È sicuramente una quantità minima rispetto ai circa 150 uomini, però dovete tener conto che l'ambiente sportivo rimane di per sé ancora molto maschile - e forse anche

maschilista - a tutti i livelli, da quello dirigenziale a quello tecnico. Del resto anche nello sport femminile quanti tecnici o quanti dirigenti donne si trovano? Sono talmente poche che il fatto di avere più di 20 giornaliste donne alla *Gazzetta* è concretamente un fattore molto positivo, e spesso sono ragazze molto giovani, come dimostrano i tanti bambini nati nell'ultimo anno...

Nel complesso non ci sono preclusioni, nel senso che qualche difficoltà in più certamente le donne ce l'hanno, ma questo non è colpa della *Gazzetta*, credo che ce l'abbiano in tutti gli ambienti di lavoro misti. Si crea subito il fattore della novità, e spesso i maschi sciamano dietro la giovane collega femmina, finché in genere la professionalità, l'eleganza, la serietà, l'instaurarsi della collaborazione lavorativa riportano la situazione alla normalità, indipendentemente dal fatto che un collega sia maschio o femmina. Non ci sono preclusioni neppure nella carriera: nel CdR noi abbiamo una donna, così come abbiamo un redattore donna nell'Ufficio centrale, e un'altra prestigiosa giornalista in un ruolo molto importante a *Sport Week*, e infine nell'ufficio grafico lavorano tre donne.

Passando alla seconda domanda, i giornalisti sportivi sono sempre stati considerati, e ancora un po' lo sono, giornalisti di serie B. Del resto, basta vedere che i colleghi del *Corriere della Sera* hanno, nel vestire, un look più sobrio e formale rispetto a quello dei giornalisti della *Gazzetta*. Noi personalmente non abbiamo mai vissuto questo rapporto come una rivalità sul piano professionale, andiamo avanti per la nostra strada sapendo che abbiamo le nostre firme; ricordo che abbiamo avuto Gigi Gianoli, indubbiamente una delle più belle firme del giornalismo italiano. C'era Gigi Grassi, che ascoltandoti parlare era in grado di fare la traduzione simultanea in dialetto milanese, ma anche in latino o in greco antico, secondo quello che sceglieva. E di esempi così potrei farne molti altri.





Enrico Zanchi  
Giovanni Pellicci

*Notizie dagli Uffici stampa,  
oltre il giornalismo stampato*

Oggi si svolge il terzo incontro del nostro Ciclo di conferenze, compreso quello che abbiamo avuto con i giovani professionisti e pubblicitari laureati in Storia del giornalismo.

Come sapete, quest'anno le conferenze (ad eccezione in parte proprio di quella di oggi sugli Uffici stampa) ruotano principalmente intorno al tema del blog, nel suo rapporto con il giornalismo tradizionale.

L'anno scorso abbiamo affrontato la crisi della carta stampata, la diminuzione nelle vendite, la necessità di allargare il marchio del giornale cartaceo alle redazioni *on line* e ad altri canali multimediali. Abbiamo già visto come un tema così attuale e scottante chiami in causa implicazioni relative ai veri e propri aspetti di mercato – con particolare riferimento alle iniziative che gli editori hanno pensato e attuato per ovviare a questo problema, *in primo luogo attraverso l'integrazione con il Web*.

Ma soprattutto abbiamo sottolineato che per evitare la scomparsa dei giornali su carta deve innanzitutto salvarsi il giornalismo, il buon giornalismo, con le sue caratteristiche più nobili come l'attendibilità, la verificabilità delle notizie, l'accuratezza nella forma e nel contenuto degli articoli. Questo significa che fare giornalismo, e soprattutto buon giornalismo, rimane sempre qualcosa di diverso dal dare meramente notizie, dal fare informazione senza regole e certezze.

Ed è proprio sulla base di queste ultime considerazioni, che quest'anno il tema è rivolto al rapporto del giornalismo professionista con uno dei fenomeni che maggiormente hanno inciso nella trasmissione delle informazioni in questi ultimi anni, il cosiddetto blog.

Ne abbiamo data quindi ora per scontata la definizione, come forme di informazione che sul piano internazionale hanno spesso avuto un ruolo nevralgico nel far filtrare notizie dai paesi dove non esiste la libertà di stampa. Sottolineiamo quindi che con la loro originaria funzione i blog dimostrano quanto ancora sia forte e sentita l'esigenza di un'informazione ed una comunicazione libera ed indipendente. Mi interessa oggi soffermarmi sul dibattito relativo ai rischi di eccessi e soprattutto di una anarchia di gestione, che spesso causano una inattendibilità strutturale se non addirittura nascondono una volontà di influenzare negativamente i fruitori.

A questo proposito, ho già accennato nella precedente conferenza ai tentativi di dare una regolamentazione più rigida all'universo dei blog, che presenta iniziative sul piano internazionale. In Italia questi tentativi hanno trovato una importante tappa nel disegno di legge denominato Levi Prodi (dal nome del sottosegretario alla presidenza del Consiglio del passato governo Riccardo Franco Levi), che è rimasto in sospeso ma ha portato alla ribalta una serie di importanti elementi.

Il disegno di legge è infatti incentrato sulla *Nuova disciplina dell'editoria*, che quindi prevede una definizione di prodotto editoriale su cui sembra ricadere anche il caso dei blog (*qualsiasi prodotto contraddistinto da finalità di informazione, di formazione, di divulgazione, di intrattenimento, che sia destinato alla pubblicazione, quali che siano la forma nella quale esso è realizzato e il mezzo con il quale esso è diffuso*).

Vengono cioè compresi anche prodotti non professionali, anche se un indiretto richiamo successivo alla raccolta pubblicitaria sembrerebbe poter escludere i blog privati. Lo scopo principale che sottostà alla legge consiste nella necessità di tutelare dalla diffamazione. In verità, anche uno dei Commissari dell'Autorità per le garanzie nelle Telecomunicazioni ha espresso dubbi su quella che sarebbe l'introduzione di una misura burocratica rispetto all'apertura di un blog, quando già esiste una normativa specifica riguardo al reato di diffamazione.

Come vedremo nelle nostre ultime lezioni e richiameremo nelle prossime conferenze, nel corso degli ultimi anni è mutato profondamente il concetto di prodotto editoriale (e l'avvento delle testate *on line* ha segnato un passaggio fondamentale). Quel che propone il disegno Levi Prodi è in sostanza l'iscrizione di tutti i prodotti editoriali al Registro del Roc (*Registro degli operatori della comunicazione, istituito con la Legge 31 luglio 1997, n. 249*).

Il fatto che quindi i blog italiani possano essere inseriti in un registro specifico, è stato visto da alcuni come una ingerenza nella libertà di espressione e di informazione, e quindi a noi basta richiamare questo dibattito. Invece ci soffermeremo ad interrogarci su come convive il giornalismo

professionale con queste nuove forme di informazione; quale significato hanno i blog all'interno delle redazioni *on line* dei giornali cartacei; in cosa differiscono dai forum; se e quanto si stabilisce una interazione con i blog esterni al giornale; quale impatto, e quale interazione consentono di stabilire con i lettori, e così via.

Con la conferenza di oggi – come ho già detto - in parte fuoriusciamo dal tema centrale, ma sicuramente sottolineeremo l'importanza della correttezza e della professionalità anche in relazione allo specifico ambito del mondo dell'informazione che andremo ad analizzare: quello degli Uffici stampa, con particolare riferimento al settore pubblico.

Per presentarlo, devo ancora una volta ribadire che Enrico Zanchi ha rappresentato per me in questi anni un vero e proprio maestro, che con la sua lunga e ricca esperienza è indubbiamente oggi in Toscana uno dei maggiori esperti in questo ambito. Ed è stato un onore e una fortuna collaborare con lui in una felice esperienza biennale di Corsi di specializzazione e aggiornamento per operatori e dirigenti di Uffici stampa.

Allora Zanchi aveva già svolto con particolare efficacia il ruolo di *responsabile del Servizio informazione e comunicazione del Consiglio regionale toscano*, in un periodo nevralgico per questo settore. Ricordo solo il riferimento che il giornalista di RTV38 Nicola Vasai ci ha fatto sul ruolo proprio di Zanchi nell'introdurre la copertura televisiva del Consiglio regionale toscano.

Ma inoltre, Zanchi aveva già alle spalle una carriera di giornalista di grande spessore culturale – con una laurea umanistica e tanti interessi culturali – e che tra l'altro aveva direttamente partecipato alla vicenda di una testata indubbiamente significativa e interessante come il *Nuovo Corriere senese*.

Ed è con altrettanto piacere che dopo di lui darò la parola a Giovanni Pellicci, che come sapete è stato mio studente e laureato, che oggi lavora presso una agenzia che coadiuva dall'esterno l'Ufficio stampa del Comune di Siena. Ancora una volta ci troveremo a confronto con due esponenti di generazioni diverse, ma certamente accomunati dalla ricerca di una effettiva professionalità nel loro lavoro e nel loro modo di interpretarlo e spiegarlo.

Per introdurre il tema mi limito a fornire una definizione di base di Ufficio stampa. Si tratta di una struttura che nasce dall'esigenza degli enti, delle organizzazioni, delle aziende, di far circolare le notizie interne attraverso gli organi di informazione.

La funzione principale risiede nel selezionare, filtrare e trasmettere il flusso di informazioni relative al singolo ente, organizzazione, azienda, verso i *media* (quotidiani, riviste, radio, televisione, siti Internet).

L'addetto stampa ha quindi soprattutto il ruolo di verificare le notizie che riguardano l'ente o l'azienda per cui lavora, reperire la documentazione e curare i rapporti con i colleghi della stampa, che sono i destinatari dell'informazione.

Ricordo come tra gli anni '80 e '90 si sia delineata in Italia con sempre maggiore urgenza la necessità di trasparenza e comunicazione con i cittadini da parte della Pubblica amministrazione – seguendo un processo che si sviluppava sul piano internazionale e da noi aveva avuto un importante tappa nella istituzione dell'Ente Regione negli anni '70.

Un processo che ha trovato poi un punto di approdo – in verità rimasto alquanto controverso – nella legge 150/2000, cui si deve l'introduzione degli URP e la regolamentazione appunto degli Uffici stampa pubblici.

Oggi la realtà del settore è per certi aspetti molto più complessa – per le sempre maggiori esigenze di dare informazioni -, e quindi anche con l'emergere e affermarsi di elementi nuovi, come le agenzie private che forniscono competenze e servizi da Ufficio stampa agli enti e alle aziende che non abbiano risorse interne in quel settore o debbano potenziarne l'efficacia.

Lascio quindi la parola a Zanchi, affinché ci illustri che cos'è un Ufficio stampa, quali figure lo compongono, quali sono le regole e quali i rischi del mestiere, quanto questo è venuto cambiando nel passato lontano e recente – soprattutto con la specifica normativa della Legge 150 del 2000 -, e quanto sta cambiando oggi, in un'era in cui fare informazione diventa sempre più delicato per il continuo “bombardamento” di notizie a cui siamo sottoposti.

ZANCHI: Vorrei evitare di apparire come un vecchio saggio, perciò nel mio intervento sarò molto diretto e forse anche un po' provocatorio, augurandomi così di suscitare il vostro interesse e la vostra curiosità.

Per introdurre il tema degli Uffici stampa – con specifico riferimento a quelli della Pubblica amministrazione – sottolineo innanzitutto che l'Ufficio stampa è il punto di incontro tra due grandi principi: da una parte il diritto del cittadino di sapere cosa fa la Pubblica amministrazione, e dall'altra parte il dovere della Pubblica amministrazione di fornire le informazioni sulla propria attività. L'Ufficio stampa è una fonte d'informazione *primaria*, perché tra chi trasmette la notizia e chi la riceve – ovvero il giornalista – non ci sono intermediari. Rispondendo al compito di diffondere – attraverso i giornalisti ed i *media* di tutti i tipi, ma anche con diretti strumenti di comunicazione – le notizie sull'attività dell'ente in cui opera, l'Ufficio stampa di una istituzione pubblica si colloca come uno snodo essenziale della democrazia: esso rappresenta

infatti un importante punto di contatto tra l'istituzione ed il cittadino, al fine del raggiungimento da parte di quest'ultimo della *conoscenza* che è la condizione fondamentale *per decidere*. Ciò riguarda non solo i cittadini ma anche gli amministratori. Infatti l'Ufficio stampa si colloca al centro di un percorso bidirezionale, ponendosi come punto di riferimento delle notizie che escono dall'istituzione verso i cittadini, ma anche delle notizie che dai cittadini, dalla società in generale, vanno verso gli amministratori, che altrimenti non avrebbero la possibilità di mantenere una costante e aggiornata conoscenza della variegata realtà del territorio.

Si tratta di compiti estremamente delicati e, nel corso del lavoro, si incontrano numerose difficoltà. I ritmi della politica e dell'amministrazione presupporrebbero, ad esempio, tempi lunghi per affrontare un problema, approfondirne tutti gli aspetti e dar conto delle opinioni che si confrontano; invece il mondo dell'informazione risponde a logiche diverse, a ritmi pressanti che portano ad escludere dall'interesse tutto ciò che non è attuale, non è in tempo reale. Il rischio che oggi si corre negli Uffici stampa è quello di sostituire alle notizie gli *annunci* delle notizie, poiché in tempi così rapidi non è possibile fornire le risposte adeguate. Non sono più i fatti, bensì gli annunci dei fatti, che diventano notizie. Non è più possibile capire cosa davvero è stato *fatto* e cosa invece è stato solo *detto*. Ed anche il fattore positivo di un panorama dell'informazione così pluralista – con tante testate, tanti giornali, tante televisioni, tante emittenti radio, e inoltre tanti canali informativi su Internet – può rappresentare un pericolo per il cittadino meno avvertito, meno consapevole, che corre il rischio di essere confuso da un eccesso di informazioni non organizzate. Se tutti voi parlate insieme, nessuno capisce l'altro; ognuno avrà qualcosa da dire ma nessuno davvero lo sente perché la sua voce si sovrappone a tante altre.

Nella società dell'informazione anche gli amministratori sono costretti a mostrarsi, a farsi sentire e comunque a *comparire*; se non lo fanno, se non c'è la loro faccia in televisione o la loro intervista sul giornale, rischiano di essere dimenticati, cancellati dal pubblico, dagli utenti, dai cittadini, dagli elettori. È una esposizione mediatica necessaria per gli uomini pubblici, che si avvalgono degli Uffici stampa proprio per raggiungere il risultato. Dall'altra parte, i giornalisti a volte assecondano questo processo, rinunciando a cercare la notizia, a verificarla, ad approfondirla, e limitandosi ad un lavoro di taglia ed incolla sui comunicati dei vari Uffici stampa. La pigrizia e la tendenza ad adagiarsi sui luoghi comuni, anche nell'uso di espressioni e di modi di dire, sono pericoli da cui un giornalista deve guardarsi con cura.

Sta uscendo in questi giorni il libro di uno dei più grandi giornalisti

italiani, Eugenio Scalfari, che definisce il giornalismo un *mestiere crudele*<sup>1</sup>. Dice Scalfari: “*per fare il giornalista è richiesta una curiosità infinita, sia per le grandi che per le piccole cose; bisogna non accontentarsi mai delle apparenze e cercare sempre la sostanza*”. Si tratta di una definizione particolarmente esauriente, ma non è purtroppo molto facile riscontrarla nel panorama dell’informazione.

CHERUBINI: Quanto si è detto finora, con il richiamo conclusivo alle parole di Scalfari, è per noi particolarmente importante, dato che il nostro ospite ha una grande esperienza anche come giornalista, e per motivi generazionali ha visto crescere le potenzialità dell’informazione, con il conseguente problema però di non avere la certezza dell’attendibilità.

Vorrei però che tornassimo all’Ufficio stampa, per illustrare quali sono, secondo i metodi tradizionali, i punti focali della sua operatività. Mi riferisco al *comunicato*, alla  *rassegna* e alla  *conferenza* stampa: tre occasioni, tre canali, tre modalità con cui dall’interno si interagisce con chi deve fare da filtro verso l’esterno. Particolarmente interessante è inoltre il tema relativo alla contiguità degli Uffici stampa pubblici con la politica. L’ultimo aspetto che vorrei affrontare è quello relativo alle diverse figure presenti in tale ambito; per esempio riguardo alla differenza tra i veri e propri operatori degli Uffici stampa e i *portavoce* delle figure istituzionali (come il Sindaco o il Presidente della Giunta regionale...).

ZANCHI: Per fare il giornalista in generale – e in particolare negli Uffici stampa – bisogna innanzitutto saper *leggere* e saper *scrivere*. E non si tratta di una affermazione banale. Saper leggere, per quanto riguarda il lavoro della rassegna stampa (che è uno degli appuntamenti mattutini di ogni Ufficio stampa), significa scorrere titoli ed articoli di tutti i giornali, dalle cronache provinciali e regionali fino alle edizioni nazionali. Facendo un esempio personale, ricordo che quando lavoravo in Regione la mattina leggevo 17-18 quotidiani, alcuni dei quali con svariate edizioni provinciali e locali, per un totale di alcune centinaia di pagine. È necessario perciò saper leggere – nel senso non letterale del termine - intendendo cioè la capacità di individuare le notizie, scorrendo rapidamente gli articoli e selezionandoli in riferimento agli interessi della amministrazione in cui lavorate.

Riguardo al saper scrivere, vi racconto l’aneddoto del direttore che, dopo aver assunto un giovane giornalista, gli raccomandava di scrivere mettendo il soggetto, il verbo, il complemento oggetto, ed eventualmente

---

<sup>1</sup> Cfr. E. SCALFARI, *Uomo che non credeva in Dio*, Torino, Einaudi, 2008.

aggiungendo altri complementi; qualora avesse voluto però inserire un aggettivo qualificativo lo invitava ad andare da lui a chiedergli il permesso. La morale è semplicemente quella di scrivere in modo semplice, chiaro, in modo che tutti possano comprendere. Ciò vale in particolare negli Uffici stampa, dove il compito essenziale del giornalista è quello di riportare i fatti, di dare gli elementi essenziali della notizia, senza indulgere anche alla minima tentazione di orientare i giudizi. Per semplificare: è sbagliato scrivere “è stata presa una bella iniziativa”, occorre limitarsi a scrivere “è stata presa una iniziativa”, e sarà poi il cittadino, il lettore, a valutare se è bella o meno.

Naturalmente, saper scrivere significa anche sapere cosa scrivere, ovvero avere acquisito tutti i dati necessari ed approfondito la notizia in questione. Significa, ad esempio, aver parlato con gli impiegati, i funzionari, gli amministratori che hanno elaborato quel progetto, quella delibera, quel provvedimento, in modo da aver verificato i contenuti della notizia ed esser perciò in grado di presentarla all'esterno nel modo più adeguato.

La grande complessità del mondo dell'informazione implica che l'Ufficio stampa deve interagire non solo con i giornalisti della carta stampata - i cui giornali escono una volta al giorno ed hanno perciò tempi e ritmi meno pressanti -, ma anche con quelli delle radio, delle televisioni, delle testate su Internet, che invece rispondono a necessità temporali assai più cogenti. Inoltre ciascuno di questi mezzi ha un approccio particolare alla notizia ed un linguaggio internamente diversificato. Per rapportarsi con ciascuno di essi in modo soddisfacente non è però necessario che si facciano numerosi e diversi comunicati sulla stessa notizia, adeguandoli alle esigenze di ciascuno: generalmente negli Uffici stampa si produce un comunicato che può servire per tutti i mezzi a cui ci si rivolge.

Si tratta del meccanismo utilizzato anche dalle Agenzie di stampa, che viene definito “a cascata”: si parte da una breve enunciazione della notizia e si aggiungono, periodo dopo periodo, altri particolari fino a dare una visione ampia e completa. Naturalmente i comunicati non sono molto lunghi: in genere la lunghezza è compresa tra una cartella (circa 30 righe) fino ad un massimo di un paio (50-60 righe), salvo casi particolari, come ad esempio il fatto che siano indirizzati a riviste specializzate o di approfondimento, che hanno spazi e tempi diversi di pubblicazione. Con il meccanismo a cascata si può rispondere alle diverse esigenze: a partire da quelle della radio locale che interrompe i programmi musicali con spazi informativi di 10 secondi, e che perciò dà una lettura diretta solo delle prime righe del comunicato, fino a soddisfare anche le esigenze informative di giornalisti specializzati nella materia.

Le redazioni sono letteralmente inondate di comunicati, telefonate,

fax, e gran parte delle notizie vengono inevitabilmente cestinate. Quali sono dunque quelle che vanno in pagina o vengono lette alla radio e alla Tv? A parte quelle notizie di obiettiva ed indiscutibile rilevanza, le notizie che si impongono sono quelle meglio presentate, che riescono a catturare l'attenzione dei giornalisti vostri referenti. La forma accattivante è perciò necessaria, ma non deve mai tradire il contenuto e non deve indurre in inganno il vostro interlocutore, di cui è essenziale conquistare la fiducia.

Gli Uffici stampa sono chiamati anche a curare i siti *web*, a produrre pubblicazioni. Perciò l'operatore dell'Ufficio stampa deve saper scrivere un articolo, saperlo impaginare, intendersi di grafica, reperire immagini, ed anche conoscere le tecniche del lavoro televisivo, perché gli Uffici stampa producono anche servizi audio e video.

Per quanto riguarda infine la conferenza stampa, la mia personale opinione è che se ne fanno troppe. La conferenza stampa dovrebbe essere convocata soltanto quando si intende favorire un confronto tra i giornalisti e l'amministratore, quando quest'ultimo ha qualcosa da dire in più rispetto al comunicato o a quanto è già contenuto nella cartella stampa. Avviene invece esattamente il contrario perché, come accennavo all'inizio, nella società dell'informazione e dell'immagine, un uomo pubblico ha un "disperato" bisogno di esserci, di far vedere la propria faccia e sentire la propria voce. Ed anche a questi bisogni l'Ufficio Stampa è chiamato dare risposta.

CHERUBINI: Quali sono gli effetti della contiguità che di fatto si crea tra amministratori e giornalisti, e quindi quali rischi ciò comporta per le figure professionali che operano negli Uffici stampa pubblici, che devono essere capaci di mantenersi autonomi ed al servizio delle istituzioni.

ZANCHI: Il giornalista - in quanto tale e in quanto iscritto a un Ordine professionale - è tenuto al rispetto di un codice deontologico, che prevede come norma fondamentale che, in qualsiasi forma si esprima, il giornalista deve rispettare la verità *essenziale* dei fatti. Naturalmente la verità essenziale dei fatti sembra un concetto molto chiaro ma di fatto rimane un principio abbastanza astratto e la formulazione si presta anche ad equivoci. Per esempio in Tribunale si parla di *tutta* la verità.

Comunque, può accadere che un amministratore o un uomo pubblico tenda a superare i limiti del proprio potere oppure cerchi di sovrapporre all'interesse dell'amministrazione la propria esigenza di visibilità, chiedendo al giornalista dell'Ufficio stampa servizi non dovuti. Qui non si tratta di etica giornalistica ma più semplicemente di etica personale. Come in ogni altra occasione della vita ed in ogni altra professione, è necessario il coraggio delle proprie azioni e delle proprie idee. Il Manzoni



diceva che chi il coraggio non ce l'ha, non se lo può dare; il problema si pone insomma solo con la propria coscienza. Non mi nascondo che spesso qualche compromesso è inevitabile, ma ciò deve avvenire entro limiti ben precisi: se viene chiesto ad un Ufficio stampa di nascondere o stravolgere una notizia nei contenuti, è evidente che nessuno dovrebbe piegarsi a farlo.

Occorre sottolineare di nuovo che il giornalista di un Ufficio stampa della Pubblica amministrazione non dipende dal “potente di turno”, ma risponde del proprio operato di fronte ai cittadini. L'Istituzione non appartiene al Sindaco, non appartiene al Presidente della Regione, non appartiene al Presidente del Consiglio, ma appartiene ai cittadini.

CHERUBINI: Per offrire un ultimo chiarimento a proposito del rapporto tra politica e amministrazione, occorrerebbe una breve considerazione sulle differenze tra *portavoce* e *addetto stampa*.

ZANCHI: Credo che la Legge 150 abbia previsto la figura del portavoce proprio per distinguere le due funzioni: da una parte i giornalisti dell'Ufficio stampa che lavorano per l'istituzione, dall'altra il portavoce che cura espressamente gli interessi di un amministratore. Purtroppo la figura del portavoce si è sovrapposta, spesso, agli Uffici stampa, in una confusione di ruoli che a mio giudizio non giova a nessuno. Inoltre il portavoce non è necessariamente un giornalista; anzi assai di frequente è un comunicatore, una figura professionale che ha cercato e trovato legittimazione proprio nel momento della formazione della Legge 150, la cui applicazione peraltro lascia aperti molti interrogativi.

[CHIARA MASINI: Ricordando che i veri e grandi giornalisti sono scomodi, chiede se l'asservimento al potere da parte di chi fa informazione sia più forte sul piano locale o su quello nazionale].

ZANCHI: Penso che il servilismo sia altrettanto diffuso a livello locale, nazionale e internazionale. Per quanto riguarda i giornalisti, si dividono in “cani da guardia” e “cani da cortile”. Se sono cani da guardia non si accontentano della versione ufficiale, vanno a verificare la sostanza dei fatti. Il cane da cortile è più accomodante e qualche carezza dal padrone la prende. Alla fine però ci sono sempre i lettori che giudicano. Risultare un *grande* giornalista non vuol dire solo essere scomodo ma anche, e prioritariamente, essere capace dell'intelligenza dei contenuti e della gradevolezza della forma.

CHERUBINI: Ringraziamo Enrico Zanchi, che come di consueto è

stato chiaro e molto incisivo. Vi ricordo che nelle nostre lezioni faremo un approfondito riferimento al giornalismo di inchiesta italiano, in particolare ci stiamo per soffermare sui settimanali, dal *Mondo*, all'*Europeo*, all'*Espresso*, che nel secondo dopoguerra hanno avuto un ruolo centrale in questo ambito. Una distinzione ulteriore è quella del giornalismo di vera e propria denuncia, che ai giorni nostri vede in primo piano una trasmissione televisiva come *Report*, condotta con una professionalità di fatto inattaccabile pur presentando servizi “scomodi” per antonomasia.

Passiamo a Giovanni Pellicci, che già conoscete per l'incontro precedente con i laureati in Storia del giornalismo. Sapete che lavora in una agenzia di comunicazione e quindi si trova ad operare sia per gli enti pubblici, sia nel settore privato: la sua esperienza in questa duplice attività sarà perciò particolarmente interessante.

PELLICCI: Approfitto di questo spazio per parlarvi di una vicenda oggi molto attuale, ovvero quella relativa al Vino Brunello di Montalcino. Su di esso, come forse saprete, si è concentrata una enorme attenzione mediatica in conseguenza dell'inchiesta in corso da parte della Procura di Siena sul presunto uso di uve diverse da quelle previste dal disciplinare produttivo (100% Sangiovese).

Perché mi soffermo su questo fatto? Perché in esso si intrecciano vari aspetti che sono stati ricordati finora: il ruolo dell'Ufficio stampa; le nuove tecniche di informazione che si stanno diffondendo, come quella dei blog; le caratteristiche del giornalismo di inchiesta, di indagine, e talvolta anche di denuncia. Tutti cioè hanno concorso al crearsi di questa vicenda. Innanzitutto, di fatto il caso è nato da una iniziativa partita dai blog. La notizia era destinata a cadere probabilmente nell'anonimato, se appunto alcuni blog dedicati specificamente al mondo del vino non l'avessero riportata sulle loro pagine attirando l'attenzione e mantenendola alta. Però il blog, per il momento, nel sistema dell'informazione italiana rappresenta uno strumento con limiti ben circoscritti, che non è ancora diventato un vero mezzo di comunicazione di massa. I blog si sono soffermati sulla vicenda nel periodo precedente all'evento principale del settore, - ovvero *Vinitaly* - che si tiene a Verona nel mese di aprile. Come risposta l'Ufficio stampa del Consorzio del Brunello di Montalcino, dando per la prima volta la notizia dell'inchiesta che coinvolgeva alcuni produttori del Brunello, ha adottato una tecnica di comunicazione che si potrebbe metaforicamente definire “suicida”. Infatti, invece di rispondere esclusivamente ai blog, facendo rimanere la questione in un ambito circoscritto, ha inviato la propria replica a tutti i mezzi di informazione, giornali, radio, televisioni. Di fatto gli operatori di quell'Ufficio stampa hanno cioè creato loro la notizia, una notizia che per loro era controprodu-

cente perché coinvolgeva alcuni dei propri associati, e che riguardava un vino di grande notorietà come il Brunello, proprio in concomitanza con una importante manifestazione del settore come *VinItaly*. Dalle pagine locali – come quelle della *Nazione* e del *Corriere di Siena* – in pochi giorni la notizia ha avuto rilievo in ambito nazionale, allargandosi a macchia olio, fino ad arrivare all'estero. Così ieri, negli Stati Uniti d'America, la Commissione incaricata di vagliare i vini italiani esportati in quel paese ha bloccato l'importazione del Brunello, in mancanza della garanzia assoluta che fosse prodotto con uva Sangiovese al 100%.

Vi ho voluto citare questo esempio per farvi capire come possa verificarsi l'intreccio di meccanismi anche perversi nella loro interazione, che chi lavora all'interno di Ufficio stampa deve saper gestire, prevedere, anticipare quando possibile, anche se non è facile perché appunto tavolta il processo diventa incontrollabile. Ciò vi fa capire quanto possa essere delicato, e come necessiti di intelligenza e strategia - comunicativa e non solo - il ruolo degli Uffici stampa, indipendentemente se si tratti di un soggetto pubblico o privato.

CHERUBINI: L'esempio è indubbiamente assai calzante per dimostrare l'interazione tra i diversi mezzi di comunicazione, e intanto, prima di passare alle domande degli studenti vorrei chiedere a Pellicci di descrivere il proprio percorso professionale, poiché nell'incontro precedente il suo intervento è stato sacrificato. Emergeranno così gli aspetti che hanno concorso alla sua scelta, fondata su una lunga esperienza pregressa.

PELLICCI: Il mio percorso parte abbastanza da lontano, perché ho avuto la passione per il giornalismo già quando addirittura frequentavo la Scuola media. A quell'epoca risalgono quindi i miei primi articoli, sullo sport e soprattutto il calcio, che allora praticavo direttamente. Crescendo e maturando ho consolidato questa passione: mi sono perciò iscritto all'Università con l'idea di fare il giornalista. Mentre frequentavo la Facoltà di Scienze Politiche, e mi laureavo in Storia del giornalismo, andavo intensificando le mie collaborazioni con il *Corriere di Maremma*, un quotidiano di Grosseto, la mia città di origine, occupandomi non più solo di sport ma anche di cronaca, costume, cultura.

Una svolta è avvenuta con lo *stage* di tre mesi che durante il periodo universitario ho svolto presso l'*Agenza Freelance*, che di fatto è una agenzia di comunicazione e non tanto di stampa, dove sono rimasto in seguito a lavorare. Dai panni dell'apprendista giornalista sono così passato a quelli del comunicatore di soggetti prevalentemente pubblici nella prima parte della mia esperienza (in primo luogo con la collaborazione all'interno dell'Ufficio Portavoce del Comune di Siena gestito esternamente da Agen-

zia *Freelance*), e poi soprattutto privati. In realtà non so ancora oggi quale dei due percorsi preferisca, e di fatto nel tempo ho deciso di non sacrificare completamente la mia passione per il giornalismo. Oggi collaboro con l'Ufficio Portavoce del Comune di Siena e curo la comunicazione di altri soggetti pubblici e privati, però sono anche un giornalista freelance per diverse tipologie di testate, dalle pagine toscane di *Repubblica* (per la quale sono corrispondente da Siena per lo sport e in particolare il calcio), alle trasmissioni su di una radio locale, alla rivista di settore *I Grandi Vini*, che è edito a Siena ed è nato quattro anni fa dall'iniziativa di giovani giornalisti diventando un mensile a tiratura nazionale di cui ora sono direttore.

Nella mia vita quotidiana assumo quindi diversi ruoli – che mi portano spesso a sostenere ritmi vertiginosi ma nel contempo mi consentono di mantenere gli stimoli per un lavoro che non è mai sempre lo stesso. Passare dall'essere collaboratore di un Ufficio comunicazione istituzionale che deve rapportarsi con i giornalisti, all'essere io stesso il giornalista che va a caccia di notizie e scrive gli articoli invece dei comunicati, al trasmettere le caratteristiche e l'essenza di questo mestiere ai giovani in veste di direttore, mi permette di mantenere quella passione e quella curiosità che vi invito a coltivare se siete interessati ad entrare in questo ambito lavorativo.

### *Domande*

*[segue la domanda non registrata di uno studente/studentessa che riguarda le possibilità di informazione obiettiva da parte degli Uffici stampa pubblici]*

ZANCHI: Il modo migliore per condurre gli Uffici stampa nella Pubblica amministrazione sarebbe quello di avere personale composto esclusivamente da dipendenti pubblici, perché ciò fornisce garanzie di obiettività e trasparenza. Lavorare con contratti temporanei o con appalti ad agenzie giornalistiche esterne all'amministrazione, pone oggettivamente il giornalista in una situazione più difficile e meno protetta. La legge 150 era nata anche per superare queste difficoltà garantendo la presenza negli Uffici stampa di giornalisti che fossero anche dipendenti pubblici.

[segue la domanda non registrata di Domenico Bova che riguarda le differenze tra il ruolo di giornalista e quello di collaboratore di un Ufficio stampa]

PELLICCI: La differenza può essere ampia. Per esempio, io curo le

relazioni esterne dell'azienda di trasporto pubblico senese Train Spa. Ciò ha implicato l'acquisizione di competenze specifiche sul trasporto pubblico, sulle esigenze dell'utenza, sul rispetto dell'ambiente, su tutti gli aspetti legati alla sicurezza che precedentemente non avevo. Il giornalista deve invece andare alla ricerca della notizia del momento, informandosi sull'argomento per poi passare rapidamente ad altri temi. Le sue conoscenze sono cioè più labili e si perdono nel tempo, a fronte del bagaglio di chi opera in un Ufficio stampa, dove una conoscenza dettagliata serve nel futuro per affrontare agevolmente le tematiche che si ripropongono periodicamente nell'attività dell'ente o dell'azienda di cui quell'operatore si occupa.



Antonio Dipollina

*Tv e blog a confronto*

Per questo quarto incontro del nostro Ciclo di conferenze, oggi è con noi un caro amico, Antonio Dipollina - brillante e ironico giornalista del quotidiano *Repubblica* -, che ha al suo attivo una serie di esperienze differenziate nel mondo dell'informazione. Dalla iniziale sperimentazione del giornalismo televisivo è poi definitivamente passato alla critica televisiva, con la costante capacità di cogliere i più importanti fattori di novità, specializzandosi nel settore delle televisioni satellitari e attivando anche un proprio blog sulla emanazione *on line* di *Repubblica*.

Di tutto questo ci ha parlato negli anni passati, mentre l'anno scorso il suo intervento fu centrale in riferimento al tema che abbiamo cercato di approfondire specificatamente, ovvero il destino del tradizionale giornale quotidiano stampato su carta, in progressiva crisi per la presenza sempre più diffusa e capillare di nuovi mezzi di informazione.

Sappiamo che si tratta di un fenomeno internazionale – su cui si dibatte soprattutto dopo l'uscita del saggio di Philip Meyer, *The Vanishing newspaper*<sup>1</sup> –; sappiamo che il fenomeno è in Italia particolarmente delicato, poiché il mercato dei quotidiani non è stato mai ricco e sviluppato come quello di altri paesi.

Ma soprattutto abbiamo messo a confronto i due aspetti che vengono ad emergere in conseguenza di questa crisi della carta stampata:

1. da un lato, l'analisi dei metodi, i programmi, gli investimenti, che gli editori hanno pensato e attuato per ovviare a questo problema. Se in

---

<sup>1</sup> Cfr. P. MEYER, *The vanishing newspaper*, cit.

Italia già da tempo esiste un finanziamento pubblico della stampa, sul piano internazionale si sono trovate varie soluzioni per arginare la crisi:

in primo luogo il ricorso alla pubblicazione di giornali *free press*, gratuiti e finanziati dalla pubblicità, che consentono di concorrere alle spese del quotidiano venduto in edicola, poi soprattutto lo sviluppo delle redazioni *on line*

2. D'altro lato, si è sottolineato che il quotidiano non è solo business, mercato, introiti per il mercato. Bensì si tratta di un mezzo che influenza l'opinione pubblica, con una autorevolezza che può conservare mantenendo alta la qualità dell'informazione.

Questo significa che fare giornalismo, e soprattutto buon giornalismo, rimane sempre qualcosa di diverso dal dare meramente notizie, dal fare informazione senza regole e certezze.

Sulla base quindi di queste abbiamo sottolineato che i giornali di carta potranno salvarsi salvando l'insieme delle proprie caratteristiche migliori e tradizionali, comunque sempre che sappiano integrarsi con altri mezzi, primo tra tutti il *Web*.

Ne abbiamo già parlato con Redaelli e Pratesi in relazione alla *Gazzetta dello Sport*, ricordando indirettamente un volume uscito in Italia e ispirato al *Vanishing newspaper*, scritto da un redattore della *Stampa* di Torino<sup>2</sup>. Si tratta di un libro costruito su una tesi precisa. Descrive infatti come i giornali italiani, europei e italiani hanno reagito alle innovazioni tecnologiche, sottolineando che proprio queste opportunità offrono la possibilità di creare un legame più solido e duraturo con i loro lettori. E citando Rupert Murdoch, il maggiore editore del mondo, secondo cui il futuro propone solo due alternative: *cambiare o morire*.

Nel caso italiano, quella di *Repubblica* è stata sicuramente una vicenda all'avanguardia. Si tratta di uno dei maggiori giornali italiani, fondato nel 1976 da Eugenio Scalfari e oggi forte di una struttura ben salda con il gruppo editoriale *Repubblica-L'Espresso*. Il passaggio dalla carta al *Web* è stato precocissimo e subito ben impostato, fin dal 1997. *Repubblica.it* si è poi venuta sempre più sviluppando, rendendosi sempre più autonoma dal giornale su carta, ed estendendo il proprio raggio d'azione.

Lo scorso anno Antonio Dipollina ci ha appunto descritto come *Repubblica* vive questo fenomeno, muovendo dalla sua esperienza personale. In particolare, ci ha illustrato la sua opinione su quello che ormai è

---

<sup>2</sup> VITTORIO SABADIN, *L'ultima copia del NY Times*, cit.



il *giornale allargato*, ovvero un giornale stampato il cui marchio – come nel caso di *Repubblica* – si estende a tante altre emanazioni, sia *on line* che più generalmente multimediali (Radio, Tv ecc.)

E quest'anno vorremmo che in particolare si addentrasse nel tema prescelto per le nostre conferenze, ovvero il rapporto del giornalismo professionista con uno dei fenomeni che maggiormente hanno inciso nella trasmissione delle informazioni in questi ultimi anni, il cosiddetto blog.

Sottolineiamo ancora una volta che con la loro originaria funzione i blog dimostrano quanto ancora sia forte e sentita l'esigenza di un'informazione ed una comunicazione libera ed indipendente. Ma – come ho già detto in una precedente conferenza - ci interessa soffermarci sul dibattito relativo ai rischi di eccessi e soprattutto di una anarchia di gestione.

Perciò Dipollina ce ne metterà in luce le caratteristiche in relazione alla carta stampata, al giornalismo professionale, alle altre forme di informazione e comunicazione, come appunto la Tv, di cui Dipollina è un esperto sul piano della critica televisiva, ma non solo. Un punto fondamentale su cui sarà necessario riflettere è quello del rapporto tra blog e televisione, come illustra il caso di Beppe Grillo, in cui la nascita del "popolo della Rete" è comunque basata su quella amplificazione della popolarità tradizionalmente prodotta appunto dalla esposizione televisiva.

DIPOLLINA: Tra gli argomenti già introdotti dalla Professoressa Cherubini vorrei soffermarmi sulla crisi della stampa, e su quanto la *free-press*, le risorse in Rete e le altre novità abbiano concorso a crearla. È indubbio che quella dei giornali cartacei non è una situazione felice, ma la questione è più complessa e controversa di quanto non appaia. Per esempio, durante un recente confronto tra i miei colleghi di *Repubblica* è emerso che secondo alcuni la crisi più pesante non potrà investirci, dato che il nostro quotidiano ha una importanza primaria per la politica e l'opinione pubblica italiana: in ogni caso saremmo gli ultimi, o i penultimi a chiudere. Al contrario, altri ritengono che a sopravvivere saranno i giornali locali, quelli che si occupano di ambiti e temi specifici e che risultano ancora competitivi rispetto all'informazione locale su Internet. Quindi avevamo opinioni opposte, e quando ci sono opinioni opposte tra persone che fanno lo stesso lavoro e si occupano delle stesse cose vuol dire che ancora nessuno, neanche gli editori stessi, e tutti quelli che possono decisamente indirizzare i percorsi editoriali, hanno ancora chiaro quale sarà l'evoluzione *effettiva* del fenomeno.

Ci troviamo cioè ancora in una situazione in cui è necessario cogliere attentamente i segnali per poter prevedere l'assetto futuro del mondo dell'informazione. A me sembra che l'emanazione *on line* dei quotidiani,

grandi medi e piccoli, si vada perfezionando sempre più, chiarificando e dando un ordine condiviso ai percorsi da seguire, a fronte di una precedente gamma eterogenea di formule e contenuti.

Per fare un altro esempio, penso al fatto che su Internet si trovano elenchi sterminati di categorie di “esperti”, come quella degli “esperti di cinema”: persone che fanno analisi ed esprimono giudizi su tutta la cinematografia italiana e mondiale, passata e recente. Si tratta di fatto di una forma di narcisismo, in cui ci si vuole esporre, soprattutto creando propri blog che in definitiva sono tutti uguali, anche copiando e incollando informazioni prese da fonti ufficiali e certificate.

Con l'informazione *vera*, invece, questa cosa è molto più difficile. Ricordo un fatto che mi ha colpito: la realizzazione di una foto messa in rete con due fidanzati che si baciavano davanti allo sfondo di New York su cui incombeva l'arrivo di due aerei, come se ciò fosse avvenuto l'11 settembre 2001. Era un fotomontaggio, che suscitò perplessità e che venne rapidamente ritirato, era una di quelle *bufale*, di cui su Internet comunque abbondano gli esempi. La Rete ha oggi ormai una serie di controllori, veri e propri guardiani che senza alcun ricavo economico smascherano le informazioni più false e truccate, spesso nate dalla volontà dei blogger di sagomare a proprio piacimento le notizie, per lo più riprese appunto dalla televisione. E su questo, che secondo me è il legame fondamentale tra blog e televisione, cercherò di soffermarmi.

Nel momento in cui queste ricostruzioni e alterazioni di notizie sono diventate innumerevoli, il loro eventuale pubblico di riferimento si è ridotto ed esse stesse, senza un adeguato riscontro di visibilità, di pubblico e di durata, vanno diminuendo. Del resto, più si è allargata la macchia di persone che dicono la propria su tutto – che pure è un indice indubbiamente di democraticità e partecipazione assolute - sempre più persone che cercavano la certezza delle notizie si sono concentrate sui siti dei maggiori quotidiani, così come delle principali emittenti televisive. Si tratta in definitiva di un paradosso; da quella che sembrava l'estensione assoluta della possibilità di dare notizie, il rischio è che si arrivi al contrario: la gente non riesce più ad orientarsi e cerca le informazioni da chi conosce.

Io faccio sempre un altro esempio per quanto riguarda Internet da questo punto di vista: le *web radio* sono qualcosa che ognuno può fare da sé, inserendo la propria musica preferita e gestendo i programmi. Il primo che ci ha pensato ha avuto un grande successo, ma poi tutti quelli che lo ascoltavano hanno creato ognuno la propria radio...Anche in questo caso mi spingo verso il paradosso: il punto di arrivo sarà che ognuno avrà la propria *web radio* e ognuna avrà quindi un solo ascoltatore. Al di là del paradosso, il fondamento è questo, tanto che sul piano nazionale le radio

si stanno nuovamente coordinando tra loro, puntando ad un sistema con meno attori in gioco.

Cosa succederà nei giornali seguendo questi percorsi, lo ripeto, ancora nessuno lo sa. A mio parere il problema vero dei giornali consiste nel fatto che quando la mattina arrivano in edicola, sembrano già vecchi ai lettori più attenti – in primo luogo gli stessi giornalisti, e quella sorta di establishment cultural-politico-sociale del paese che è più avvertito, attento e interessato. Sono cioè tutte persone che le notizie le hanno già lette il giorno prima su Internet. Perciò da tempo i giornali puntano ad altro, e in primo luogo al commento come del resto era già avvenuto con il consolidarsi dei telegiornali.

Tornando in particolare ai blog, devo dire che nel corso degli ultimi anni ho avuto una sorta di disillusione verso questo fenomeno, perché forse era inevitabile che la presenza di milioni di blog personali dove ci si esprime sulle questioni personali e su altri avvenimenti, portasse poi al fatto che i più ricevono solo pochissimi commenti. Una mia amica appassionata di questo fenomeno mi ha rimproverato per questo mio “accanimento”, sostenendo che in fondo fare un blog è come tenere un diario, come del resto il nome stesso indica. Io ho reagito ricordando che il diario è personale davvero, lo leggi solo tu; se lo metti in Rete coltivi la speranza che qualcuno ti segua, con un esibizionismo che è proprio il contrario rispetto alla scrittura solitaria ed intima di un vero diario tradizionale. Il caso di Beppe Grillo fornisce proprio l'esempio in cui, senza fare moralismi, il blog serve a sostenere le battaglie, la vita, le opere del personaggio che lo ha creato.

CHERUBINI: Al di là della valutazione sull'evoluzione di questo blog, vorrei però storicizzarne la vicenda: va infatti tenuto presente che Grillo ha potuto legittimarsi con il blog perché questo era fatto benissimo, con un team sempre pronto agli aggiornamenti, approfondimenti, link. Un tale aspetto rimane fondamentale, anche se poi è difficile capire quanto in seguito abbiano giocato altri fattori nella vicenda del blog, del personaggio e delle loro interazioni con il pubblico. Nella fase iniziale il blog di Grillo si è comunque subito differenziato da molti altri non tanto come diario ma piuttosto come forma di controinformazione attendibile, accurata e puntuale, non mostrandosi solo come meccanismo di autopromozione e favorendo l'adesione dei primi “seguaci” del suo fondatore.

DIPOLLINA: In effetti si tratta di una vicenda particolare e che non può essere presa quale generico esempio di blog. Vorrei piuttosto sottolineare come in Italia, in questo momento, i blog che hanno un seguito di una rilevanza accettabile si vadano spesso scostando dal modello iniziale

(tralasciamo gli esempi internazionali, soprattutto con gli Stati Uniti dove alcuni blog hanno acquisito un enorme ruolo, e quindi anche un enorme potere). Per esempio, nel blog di Luca Sofri non c'è la possibilità di lasciare commenti; si tratta di una scelta basata sul fatto che non interessa che il pubblico della Rete partecipi e contribuisca a creare un catena di commenti incrociati, puntando invece a creare un prodotto come un giornale tradizionale, con i propri lettori abituali. Invece i blog dove si interviene all'impazzata, come anche quelli di *Repubblica.it*, sono un fenomeno che ormai mi lascia piuttosto perplesso, tanto che io chiuderò il mio e passerò ad un prodotto ancora dedicato alla critica televisiva e dove non si lasciano commenti. La possibilità di interventi infiniti da parte di un numero di lettori potenzialmente infinito fa perdere il senso iniziale di un dialogo condiviso, diventando un insieme, potenzialmente infinito, di commenti senza più un filo conduttore.

Un altro passaggio decisivo è dato dal fatto che i blogger bravissimi, quelli davvero più bravi degli altri, prima o poi vanno altrove, prima o poi accedono ai canali tradizionali, prima o poi vengono chiamati dai giornali, prima o poi finiscono per forza di cose, giustamente, nei "posti nobili" dell'informazione. Un blog di una certa fama che si chiama *Tolleranza Zoro* è gestito da un ragazzo di Roma che dopo le ultime elezioni è stato invitato nella trasmissine *Matrix*. Ma si tratta di un ragazzo di gran talento, che tra l'altro ha girato un video sul comizio di Walter Veltroni con i propri commenti incisivi, sarcastici, in qualche modo geniali; e quindi, inevitabilmente, muovendo dai blog, si troverà a condurre un programma o a collaborare con una testata nazionale.

CHERUBINI: Il nostro ospite ha una tale esperienza – e curiosità e vivacità – nel parlare della realtà della comunicazione, che rischiamo così di perdere l'aspetto più specifico del suo impegno professionale, ovvero le critiche televisive ironiche e costantemente intrecciate con l'analisi dei costumi nazionali. Chi fa bene critica televisiva, vede la televisione di un paese e dietro quella vede anche il paese nel suo complesso. E questo, Dipollina sa farelo molto bene, con commenti sempre apparentemente garbati, mai fuori delle righe ma anche sempre incisivi nel raccontare e analizzare i contenuti - per lo più ahimé negativi – dei nostri programmi e palinsesti televisivi. Un suo merito è quello di far capire al lettore: questo è quello che vedi, e questo è quindi il paese dove vivi, sottolineando come in molti ambiti l'involuzione sia rapidissima e in sostanza...contagiosa.

Mi auguro quindi che questo aspetto possa emergere nella nostra conferenza, mentre - tornando al tema del blog – Dipollina ha finora sostanzialmente affrontato due aspetti: il primo, relativo all'evoluzione del fenomeno, che ha già passato varie fasi e dove si presenta una fonda-

mentale differenza tra i blog più seri e attendibili e la moltitudine di pseudodiaristi in Rete. A questo proposito voglio comunque sottolineare ancora una volta il ruolo che i blog possono avere come alternativa alla informazione omologata; questo è un merito indubbio, al di là degli aspetti negativi e della mancanza di credibilità e incisività della moltitudine di blog personali che sono proliferati in Rete. Se è vero che l'eccesso di informazione porta poi a ricercare le fonti attendibili, richiamando quanto dicevo nella parte introduttiva, il ruolo dei blog come controinformazione vale - sul piano internazionale - come riferimento per tutte le cause di affermazione della libertà di parola e di espressione, soprattutto nei paesi senza democrazia.

Ma voglio ora soffermarmi sul rapporto tra blog e televisione, che può essere inteso da moltissimi punti di vista.

DIPOLLINA: Una prima cosa l'ho già detto parlando di *Tolleranza Zero*, come esempio di quante cose importanti, interessanti, talvolta geniali, possono emergere dalla Rete, e che possono essere appunto i blog, ma anche altro, e che la Tv riutilizza. In Tv, ormai, nei programmi di informazione e in quelli di informazione e intrattenimento, è sempre più frequente trovare immagini più sgranate e meno illuminate e definite: si tratta evidentemente di archiviazioni da *YouTube* o siti simili.

Se consideriamo *YouTube* come una sorta di blog totale dell'immagine televisiva, la Tv sta confrontandosi con la necessità di ricorrervi. Del resto i riferimenti a *YouTube* sono costanti in tutti i blog; in generale questo fenomeno attiene più alla civiltà dell'immagine che non a quella della parola e del pensiero, e questo lo colgono trasmissioni come *Striscia la notizia* ma anche per il Tg1. La correlazione è ormai ben stretta e collaudata, anche se si tratta di una scelta che poi si paga in termini di qualità: si può dire che oggi è tutto molto più facile da acquisire e relativamente meno valido sul piano qualitativo e dei contenuti.

Un legame tra blog e Tv è evidente nei tanti blog che si occupano di televisione, e che spesso sono alquanto interessanti, diversi cioè da quelli che riproducono le notizie di altri siti solo con un "copia e incolla" senza nessun altro contributo diretto. Mi divertono molto i siti come *Tvblog* che seguono programmi come il Festival di San Remo commentando in diretta e con assoluta libertà l'evento. Si tratta cioè di un contraltare di quanto fanno alcuni giornalisti e direttori - come Enrico Mentana - che sono particolarmente attenti alle novità emerse dalla Rete e le utilizzano nei loro programmi. In alcuni casi può comunque essere molto utile riprendere direttamente da *YouTube* e costruirci sopra una trasmissione.

Non mi pare invece che ci sia una attenzione generale, mirata e pensata della televisione nel suo insieme - e soprattutto i canali pubblici -

rispetto al mondo dei blog. La Tv ufficiale non si confronta apertamente con questo fenomeno, e del resto le trasmissioni che si occupano di informatica sono relegate in determinati ambiti. In sostanza la Tv ha abbastanza paura di finire fagocitata dalla Rete, perdendo quella unicità e popolarità che ha avuto prima della Rete. In fondo, per la televisione è un bene quanto dicevo prima, ovvero l'eccesso di informazione che alla fine porta la maggioranza degli italiani a seguire il Tg1 per capire quali sono davvero le notizie principali della giornata.

A questo proposito voglio ricordare che ci sono alcuni siti che pubblicano – copiando un fenomeno diffuso all'estero – la lista delle notizie più cliccate del giorno. Ma nella lista figurano fatti irrilevanti come per esempio “uomo si spoglia nudo in Piazza San Babila”; il punto è che quella classifica non è significativa, e bisognerebbe che si potesse ragionare su altro. Invece ci si ferma solo sul dato quantitativo. Questi colonnini diventano sempre più terrificanti, dando elenchi in modo piatto e non critico senza valutare la rilevanza effettiva della notizia.

CHERUBINI: Un aspetto molto interessante di quello che hai detto riguarda la volontà, o necessità, della televisione di mantenere la propria unicità. È comunque importante che chi opera nel mondo dell'informazione si apra alle novità, come del resto ha saputo fare proprio Dipollina, che assai tempestivamente ha individuato la potenzialità delle televisioni satellitari e ha anche fondato una rivista specifica su questo tema. Proprio questa possibilità di un'offerta sempre più ampia di canali televisivi è sembrata inizialmente una garanzia soprattutto sul piano della qualità dei programmi che sarebbero stati disponibili per l'utente. A questo riguardo credo che Dipollina potrebbe fare una serie di valutazioni guardando a quella che poi è stata l'effettiva evoluzione del fenomeno. Forse anche da questo punto di vista le grandi potenzialità si sono poi ridimensionate facendo riemergere i problemi tradizionali e in particolare il peso degli interessi economici. Ma per concludere voglio fargli una domanda più adatta ad un critico televisivo: come è la televisione italiana oggi?

DIPOLLINA: Il caso della Tv satellitare è emblematico: la televisione non è più un oggetto unico, riconoscibile e condivisibile davvero da tutti. Quando ci sono ascolti molto alti delle Tv generaliste come Rai1 o Canale 5 parliamo comunque di 7/8 milioni di telespettatori ed è ormai praticamente impossibile andare oltre, a parte le finali dei campionati mondiali di calcio o eventi simili. Dobbiamo quindi comprendere perché tutti gli altri a parte quei 7/8 milioni non hanno guardato quel programma e cosa hanno guardato. In questi giorni si ricorda Enzo Tortora: quando i canali erano due o tre la trasmissione simbolo di Enzo Tortora aveva 20/25

milioni di telespettatori, cosa impossibile oggi con la programmazione così variegata.

I canali satellitari hanno permesso di trasformare la Tv in qualcosa che può offrire quanto davvero ti piace di più; nella fase iniziale ho perciò guardato a questo fenomeno come un fattore estremamente positivo e ho creduto che il processo fosse irreversibile sui grandi numeri. È pur vero che molti si rifiutano di spendere per l'abbonamento a questi canali, ma del resto le nuove tecnologie hanno trasformato le nostre spese. Anche nell'utilizzo dei telefoni cellulari spendiamo oggi molto di più di alcuni anni fa. Pagando qualcosa in più si hanno i programmi che si vogliono e senza pubblicità. La Tv generalista sembra molto preoccupata di questo fenomeno, ma a parte alcuni programmi di nicchia, per il resto la sua programmazione è sempre più scadente: è come se si offrisse gratis (a parte il canone) l'acqua delle pozzanghere a fronte della possibilità di comprare acqua minerale a prezzi di fatto contenuti.

Il digitale terrestre sarà la tappa successiva, e a questa ora guardiamo ma non ho molte speranze che ci siano dei miglioramenti sul piano qualitativo. Per concludere torno quindi al fatto che le valutazioni sono fatte solo in termini quantitativi, senza cioè riuscire a trovare soluzioni che garantiscano uno standard che pure è stato a lungo mantenuto nella storia della televisione pubblica (e in parte anche commerciale) italiana.

CHERUBINI: Abbiamo veramente spaziato su tanti temi e di questo ringrazio Dipollina, per passare ora alle vostre domande, ricordando che la sua conoscenza della programmazione televisiva è davvero immensa. Nel suo lavoro quotidiano segue i programmi della giornata su schermi diversi, fino a ricavare l'oggetto del commento nel giorno successivo, che a seconda dei casi può rappresentare l'esempio migliore o peggiore, e come avrete capito è in generale quest'ultimo che prevale...

*Domande:*

*[seguono le domande non registrate di studenti/studentesse riferite in generale alla linea editoriale dei quotidiani italiani e in particolare di Repubblica e Repubblica.it e poi con riferimento all'utilizzo di materiale comparso da Internet da parte della stampa locale, richiamando una recente vicenda avvenuta nell'aretino. La Professoressa Cherubini interviene e Dipollina risponde aprendo un ampio dibattito]*

MATTIA TOSONI: L'accusa principale che viene rivolta ai blog e quella dell'attendibilità delle informazioni e del modo in cui vengono reperite le fonti. Però vorrei chiedere se secondo lei il mondo del giornalismo ha

riflettuto abbastanza sul fatto che comunque molte persone si informano pressoché esclusivamente su Internet anche perché hanno perso la fiducia negli organi “ufficiali”, rovesciando quindi la prospettiva che si è data finora alla questione.

CHERUBINI: Questa domanda ci consente di concludere valutando l'aspetto relativo ai rischi di una informazione omologata da parte dei mezzi di comunicazione di massa tradizionali e richiamando quindi quel ruolo dei blog come controinformazione, che ho accennato in precedenza.

DIPOLLINA: Dobbiamo distinguere tra i *fatti* e la *interpretazione* dei fatti. In alcuni casi clamorosi – come il G8 di Genova – i mezzi tradizionali hanno effettivamente avuto una posizione omologata. Però nella grande maggioranza dei casi – secondo me – in Italia non ci sono state notizie date solo esclusivamente via Rete.

CHERUBINI: Va però tenuto presente che il ruolo della controinformazione è sempre importante. Penso alla pista anarchica nella strage di Piazza Fontana, alla morte dell'anarchico Pinelli ecc.: a fronte dell'informazione dei telegiornali ufficiali, ma anche della stampa “schierata”, il ruolo della controinformazione fu determinante, così come oggi può esserlo quello dei blog più seri, informati e attendibili.

*[seguono altri interventi non registrati degli studenti]*

DIPOLLINA: Sono perfettamente d'accordo sul ruolo dei blog come controinformazione. Ma io volevo piuttosto sottolineare il rischio opposto. Il proliferare dei mezzi diffusi di informazione sul *Web*, può creare al contrario la tendenza a rivolgersi esclusivamente all'informazione omologata nel tentativo di avere un quadro delle notizie più importanti del giorno. Inoltre, come giornalista, non posso non sottolineare la professionalità e la deontologia che caratterizzano (almeno lo spero) questo mestiere, soprattutto rispetto alla maggior parte dell'informazione che circola in Rete.



Gianni Lucarini

*Radio, Internet, blog*

Questo è l'ultimo incontro del Ciclo di conferenze, in cui abbiamo affrontato il ruolo del blog nell'informazione e soprattutto il rapporto del blog con il giornalismo professionista

Il nostro ospite è Gianni Lucarini, che dirige il giornale Radio Rai Internet, ha una vasta esperienza di insegnamento a livello universitario sia alla Università *LUISS* – Scuola Superiore di giornalismo, sia presso l'Università di Urbino, Facoltà di Sociologia, Corso di Laurea Specialistica in Editoria, Media e Giornalismo.

Da ormai molti anni ha saputo coinvolgere gli studenti di questo nostro Corso di Storia del giornalismo con la sua grande capacità di descrivere il proprio lavoro - in cui sotto molti aspetti è stato un pioniere - ma soprattutto di saper cogliere anche le tendenze in corso nella più vasta realtà del mondo dell'informazione.

Dato che il nostro ospite lavora alla RAI, lasceremo eventualmente spazio anche alla questione scottante relativa alle vicende in corso nel sistema radio-televisivo italiano. E poiché la conferenza prevede una serie di applicazioni pratiche e un ampio coinvolgimento degli studenti, lascio la parola a Lucarini, che imposterà il suo discorso seguendo questa approssimativa "scaletta":

- 1) Breve descrizione della sua esperienza di giornalista, e di pioniere nell'applicazione delle nuove tecnologie all'informazione
- 2) Valutazione del ruolo che hanno oggi le nuove tecnologie sull'informazione e come si è mossa la RAI in questo campo
- 3) Descrizione del suo lavoro, con l'illustrazione del sito di Rai

## Internet

### 4) Valutazione sul ruolo dei blog nell'informazione

Prima però di passare la parola al nostro ospite vorrei sottolineare come il mio impegno a lasciare – con queste conferenze – una memoria sia del rapido susseguirsi di novità nel mondo dell'informazione, sia dei dibattiti, dubbi, opinioni che si intrecciano con queste novità, abbia trovato quest'anno un particolare riscontro proprio negli interventi di voi studenti. Infatti nell'incontro della scorsa settimana sono emerse in modo ben chiaro, ricco e variegato le vostre opinioni sui blog, così come le vostre diffidenze verso l'informazione omologata e ufficiale, con un contributo che ha così ulteriormente arricchito le finalità, i contenuti, gli stimoli che queste iniziative intendono offrire.

Da parte mia c'era la volontà di chiarire le caratteristiche del giornalismo professionale e vederne le interazioni con l'informazione via Internet. Da parte vostra c'era invece la volontà di ribadire soprattutto l'importanza dei blog proprio come *alternativa* all'informazione professionale e spesso perciò per lo più omologata. Naturalmente va tenuta presente la grande varietà di blog con cui ci si può confrontare, da quelli più privati e comunque meno impegnati sul piano dell'informazione, a quelli che invece appunto si inseriscono nella tradizione della informazione alternativa e della controinformazione. Per concludere questa mia introduzione – e per collegarmi con la conferenza che sta per iniziare – è ovvio che parlare di controinformazione in questo momento storico – rispetto per esempio a quella degli anni '70 evocata la scorsa settimana – significa innanzitutto confrontarsi con le nuove tecnologie applicate all'informazione, che è appunto il tema di oggi.

LUCARINI: Dopo una introduzione al tema vorrei insegnarvi direttamente come si costruisce un blog e intanto richiamo brevemente la mia esperienza professionale.

Lavoro alla Rai da venticinque anni. All'inizio sono stato cinque anni in televisione a Rai1, poi sono passato al Giornale radio quando ancora aveva tre direttori. Ho vissuto quindi in prima persona il processo che ha portato alla riunificazione del Gr con un unico direttore di testata, nominato anche direttore di rete (Radiouno).

Nel 1996-97 – muovendo personalmente da una passione per la tecnologia coltivata fin da ragazzo – con alcuni colleghi abbiamo creato il primo sito della Rai. Questo non poteva non partire con la radio. All'epoca infatti non c'era ancora la banda larga e si operava con il modem e, come forse sapete, la traccia audio occupa molto meno spazio della traccia tele-

visiva. Abbiamo così cominciato ad inserire su Internet le edizioni principali del Giornale radio, in primo luogo quello delle 13.

Come ho già detto nella conferenza dello scorso anno, da circa due anni abbiamo come direttore Antonio Caprarica, già corrispondente da Londra. È un giornalista di esperienza e mentalità assai ampie, che ha subito trasformato completamente la redazione, mostrandosi anche particolarmente sensibile all'applicazione delle nuove tecnologie.

Nel tempo la struttura Internet è cresciuta: attualmente siamo sette giornalisti, tre dipendenti e quattro persone a contratto. A questo proposito voglio ricordare che la vicenda dei precari in questo momento sembra aver trovato una soluzione con un accordo per cui non si stipulano più nuovi contratti (a parte le emergenze). Se prima un precario della Rai impiegava circa dodici anni per essere assunto, oggi la media si aggira intorno ai cinque/sei.

Ma vediamo che tipo di rapporto ha una struttura come quella del Gr Internet con la testata giornalistica nel suo complesso. Innanzitutto è necessario ribadire la distinzione tra *rete* e *testata*. La rete (Radio1, Radio2 e Radio3) fa i programmi, la testata (Giornale Radio Rai) si occupa di informazione giornalistica. Ci sono però trasmissioni che sono un mix di informazione e intrattenimento.

Per differenziare la produzione sui tre canali facciamo tre riunioni collettive al giorno, a cui partecipano il direttore, i vicedirettori e i capiredattori delle tematiche (Esteri, Economia, Politica, Cronaca, ecc.) e delle fasce (che concretamente confezionano le varie edizioni del Gr).

All'interno di tale contesto, l'esperienza di Internet evidentemente ha favorito una maggiore interattività con il Giornale radio. All'inizio si operava con una mera trasposizione di quello che passava via etere, poi si è cercato di applicare una mediazione di tipo giornalistico, facendo degli approfondimenti ad hoc. Quelli che ci hanno guadagnato di più sono stati probabilmente i numerosissimi italiani all'estero, che non hanno la possibilità di ascoltare la nostra radio e possono ora seguire i Giornali radio attraverso la rete. Potete immaginare che lo sport è naturalmente uno degli argomenti più richiesti e seguiti.

Quattro anni fa abbiamo dato vita al Podcast, dando così all'utente la possibilità di scaricare sul proprio computer, sulla propria penna UBS o sul proprio iPod un'intera trasmissione. Sono venticinque i programmi che attualmente vanno in Podcast e si tratta di un servizio in continua crescita, partito ancora una volta dalla radio e che adesso coinvolge anche la televisione.

E' in corso anche l'archiviazione digitale dei contenuti audio del Gr con l'indicizzazione dei programmi. I cosiddetti "documentatori" ascoltano il Giornale radio, prendono nota della scaletta e, per ogni servizio,

scrivono due righe di contenuto, il nome dell'autore e il "minutaggio".

Complesso e articolato è il tema dei forum e del blog. Come Rai siamo servizio pubblico e quando abbiamo provato ad aprire prima forum e blog, spesso li abbiamo dovuti chiudere. Infatti naturalmente non possiamo pubblicare parole ed espressioni offensive per le istituzioni e prima di pubblicare leggiamo tutti gli interventi. I forum sono attivi da tempo. Si tratta generalmente di forum "di contenuti", in cui non si chiacchiera a vuoto ma si pongono questioni ben definite, attuali e rilevanti da un punto di vista culturale.

CHERUBINI: Interrompo brevemente Lucarini perché ha tra l'altro indirettamente richiamato un aspetto assai particolare e che non abbiamo potuto affrontare specificamente, ovvero quello dei tempi particolari della radio, riferendosi al cosiddetto "minutaggio" dei giornali radio. Ci serve per riflettere sul fatto che ogni mezzo di comunicazione richiede una professionalità che sappia modularsi sulle esigenze specifiche di quel mezzo, sia nella forma che nei contenuti.

LUCARINI: A proposito di questo vorrei sottolineare la distinzione tra *fascia* e *tematica*. Le Redazioni tematiche corrispondono a strutture redazionali che fisicamente sono collocate in un'unica stanza con circa dieci giornalisti, con un caporedattore, un vicecaporedattore, un caposervizio. Le fasce invece raccolgono redattori che, sulla base dei contributi provenienti dalle tematiche e dei contenuti autonomi ripresi dalle agenzie, dalla rete, ecc., costruiscono il giornale. Per esempio il giornale delle 7 della mattina viene fatto da colleghi che arrivano alle 4/5 a Saxa Rubra, trovano i servizi fatti dai colleghi che hanno lavorato la notte o della sera precedente, prendono le nuove agenzie e "confezionano" il giornale. Il caporedattore della fascia è poi responsabile di quello che va in onda. Dato che il direttore non può essere sempre presente, la supervisione avviene attraverso il lavoro dei vicedirettori.

Il rapporto tra fasce e tematiche si ritrova poi anche all'interno della struttura del sito del Gr, all'interno del quale trova spazio anche il *GrWeb*, dedicato agli appassionati della rete e delle tecnologie.

Questo si collega un po' all'origine dei blog che, come sapete, sono nati all'interno di comunità informatiche di giovani appassionati di hardware e software. I primi blog avevano lo scopo di conoscere quanti utenti in un determinato periodo avevano visitato un sito. Da qui deriva *web log*; in particolare il *file di log* è quello che l'autorità giudiziaria chiede al provider – il fornitore di servizi in rete – nei casi come i reati di pedofilia in Internet, perché sul computer del provider sono segnalati tutti i movimenti di navigazione. Il file di log non è altro che un file di testo con una

serie di numeri un po' strani dove è segnalata tutta l'attività svolta.

Intorno al 1996-97, questi blog creati da appassionati di informatica hanno cominciato a trasformarsi diventando essi stessi segnalatori di altri siti. Secondo i dati più recenti dell'aprile scorso i lettori di blog in Italia sono più di 8 milioni; in America si aggirano sui 60 milioni. L'Italia è complessivamente in crescita e il numero dei blogger – cioè le persone che creano un proprio blog – si aggira intorno ai 3,5 milioni. I blog, in Italia e nel mondo, sono ormai diventati fonte di informazione alternativa, e sia la radio che la Tv devono tenerne conto.

*[segue una dimostrazione pratica di costruzione di un blog, con partecipazione diretta di numerosi studenti e dibattito. La conferenza si conclude con il collegamento e l'analisi del sito del Giornale radio Internet]*



## Schede biografiche

*Mario De Gregorio*

Laureato in Filosofia presso l'Università degli Studi di Siena nel 1975.

Giornalista pubblicista dal 1980, ha collaborato e collabora con vari quotidiani e periodici locali e nazionali.

Già funzionario presso la Biblioteca Comunale degli Intronati di Siena (luglio 1976-giugno 2005), dove si è occupato dell'informazione, della comunicazione, della valorizzazione del patrimonio e dell'attività della casa editrice "Giuseppe Ciaccheri editore".

Si dedica da molti anni alla storia della cultura, dell'editoria e del giornalismo in età moderna. Autore di vari saggi, rassegne bibliografiche e articoli su riviste storiche, scientifiche, di letteratura e professionali. Ha partecipato con relazioni e comunicazioni a numerosi convegni ed incontri di studio in Italia e all'estero.

Ha collaborato con l'Istituto di Italianistica dell'Université Michel de Montaigne di Bordeaux (France). Svolge attualmente attività didattica in collaborazione con la cattedra di Storia del giornalismo presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Siena. Cultore della materia in Storia del giornalismo e docente di Storia dell'Editoria.

Dal 1999 dirige il periodico "AIDAinformazioni. Rivista di scienze dell'informazione", organo dell'Associazione Italiana Documentazione Avanzata. Collabora con l'Istituto dell'Enciclopedia Italiana per il Dizionario Biografico degli Italiani. Membro della Società Italiana ed Europea di Studi sul Secolo XVIII e dell'Associazione Italiana Storici dell'Università. Vicepresidente dell'Accademia degli Intronati di Siena e membro dell'Accademia dei Fisiocritici. Componente del Comitato Scientifico del periodico "Bullettino senese di storia patria".

*Antonio Dipollina*

Nato a Tusa (Messina) il 24 dicembre 1960.  
Giornalista professionista, critico televisivo e opinionista.

*Esperienze professionali*

Dal 1989 lavora a *la Repubblica* occupandosi di spettacolo, televisione, sport e costume.

Ha diretto *La Tele*, settimanale di critica televisiva specializzato nella programmazione satellitare.

Scriva su *la Repubblica* e sul *Venerdì*.

*Gianni Lucarini*

Nato ad Arezzo il 29 settembre 1952.

Giornalista professionista (Caporedattore, responsabile della Segreteria di Redazione e del sito Internet del Giornale Radio Rai e di Radiouno)

*Esperienze professionali*

1981-1982: Redattore della rivista "Cooperazione", edita dall'I.T.C. per conto del Ministero degli Esteri

1982-1984: Redattore e conduttore in studio presso la Radio Vaticana

1982-1987: Redattore e conduttore in studio di rubriche settimanali della prima rete televisiva Rai

Dal 1996 è l'autore del progetto per il Giornale radio Rai su Internet, di cui cura, dal febbraio 1996, la programmazione informativa in rete

Ha svolto funzioni di Capo Ufficio stampa della Caritas Italiana

Docente alla *LUISS* – Scuola Superiore di giornalismo

Docente presso l'Università di Urbino, Facoltà di Sociologia, Corso di Laurea Specialistica in Editoria, Media e Giornalismo.

*Giovanni Pellicci*

Nato a Grosseto il 14 giugno 1980.

Laurea di I° livello in Scienze Politiche conseguita nel 2002; nel 2004 ha conseguito la Laurea Specialistica in Studi Europei presso la Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Siena.



Giornalista pubblicista dal luglio 2004.

Ha iniziato la sua attività in un piccolo settimanale sportivo della provincia di Grosseto.

Dal 2002 ha collaborato con il *Corriere di Maremma*, quotidiano della provincia di Grosseto.

Dal 2004 collabora con *Agenzia Freelance* di Siena lavorando come consulente per la comunicazione e per gli Uffici stampa di enti pubblici e privati delle provincie di Siena e Grosseto.

Dal 2005 è corrispondente da Siena per le pagine regionali de *la Repubblica*, dirige il mensile di enogastronomia *I Grandi Vini*.

Realizza e conduce due trasmissioni radiofoniche sull'emittente Antenna Radio Esse di Siena.

#### *Riccardo Pratesi*

Nato a Siena il 21 maggio 1975.

Laureato nella Facoltà di Scienze Politiche dell'Università degli Studi di Siena

Giornalista professionista dal 28 febbraio 2002.

#### *Esperienze professionali*

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

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

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

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

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

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

2003-2005: Dopo una serie di contratti a termine, è assunto alla *Gazzetta dello Sport*.

Dall'aprile 2005 è giornalista di *Gazzetta.it*, redazione *on line* della *Gazzetta dello Sport*.

Ha vinto il "Premio Ischia 2006 come miglior giornalista Under 35 settore nuove tecnologie".

*Daniele Redaelli*

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

*Esperienze professionali*

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

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

1982-1987: vice caposervizio del settore sport olimpici

1987-1991: caposervizio del settore sport olimpici

1991-1997: vice capo redattore

Dal 1997: capo redattore

*Enrico Zanchi*

Nato a Siena nel 1942, laureato in Lettere e Filosofia presso l'Università di Firenze. Giornalista professionista.

*Esperienze professionali*

Ha avuto significative esperienze pubblicistiche sia nella carta stampata (redattore dei quotidiani *L'Unità* e *Paese Sera*, collaboratore di numerose riviste e periodici, direttore del settimanale *Nuovo Corriere Senese*) sia nel settore radiotelevisivo (curando trasmissioni per la sede toscana della Rai e per emittenti private). Si è dedicato a lungo anche al giornalismo sportivo, collaborando con il quotidiano *Corriere dello Sport-Stadio*.

Dal 1978 al 2002 ha diretto il Servizio "Informazione e Comunicazione" del Consiglio Regionale della Toscana.

Ha avuto esperienze di insegnamento in materie letterarie nelle scuole medie inferiori e superiori, nonché di docente presso l'Università di Siena in corsi di aggiornamento per operatori degli Uffici stampa ed in master in comunicazione ed informazione nelle Pubbliche amministrazioni.

Ha ricoperto numerosi incarichi pubblici: consigliere comunale a Monteriggioni 1975-80, sindaco revisore Ente Vini di Siena 1990-96, membro del CdA della Fondazione Toscana Spettacolo nel 1996, presidente della Commissione Mista Conciliativa USL 7 di Siena 1997-00, presidente dell'Azienda regionale per il diritto allo studio universitario di Siena 1994-2005. È stato membro del CdA dell'Università agli studi di Siena.

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: rdsico 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. L'utopia di uno sviluppo alternativo in un progetto di cooperazione allo sviluppo*.
4. Donatella Cherubini (a cura di), *Giornalisti in Facoltà. 2000-2001*.
5. Enrico Diciotti, Carlo Lottieri, *Il libertarismo di Murray N. Rothbard. Un confronto*.
6. José Juan Moreno, Bruno Celano, *Diritti umani ed oggettività della morale*.
7. Donatella Cherubini (a cura di), con la collaborazione di Riccardo Pratesi, *Giornalisti in Facoltà 2001-2002*.
8. Gerardo Nicolosi, *La Provincia di Siena in età liberale. Repertorio prosopografico dei consiglieri provinciali (1866-1923)*.
9. Luigi Alfieri, Emanuele Castrucci, Claudio Tommasi, *Schopenhauer filosofo del diritto. Tre studi e una selezione di testi*.
10. Lorenzo Nasi, *Percorsi di valutazione, processi di sviluppo. Un progetto nelle Ande dell'Ecuador*.
11. Fabio Casini, *La sindrome dell'invasione (Inghilterra 1940-1942)*.
12. Donatella Cherubini (a cura di), con la collaborazione di Riccardo Pratesi, *Giornalisti in Facoltà 2002-2003*.
13. Friederike Brun, *La formazione estetica di Ida*, a cura di Ingelise Rasmussen.
14. Gabriele Batacchi, *Operazione "Sunrise"*.
15. Fabio Berti, Roberto De Vita, Massimo Mareschi, *Comunità persona e chat line. Le relazioni sociali nell'era di Internet*.
16. Donatella Cherubini (a cura di), *Giornalisti in Facoltà 2003-2004*.
17. Roberto Brogi, *La socialdemocrazia tedesca e la questione delle riparazioni (1918-1923)*.
18. *Deontologia professionale e dilemmi etici. Atti del Seminario di Studi, Siena 6 maggio 2005*, a cura di Gloria Pieroni e Monica Urbano
19. Stefano Berni, *Pierre Legendre. L'antropologia dogmatica di un giurista eterodosso*
20. Donatella Cherubini (a cura di), *Giornalisti in Facoltà 2005-2006*.

– **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 Götze von Berlichingen*, 1992
7. Roberto De Vita, *Società in trasformazione e domanda etica*, 1992
8. Florigiana 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 retentiones. Appunti per una ricerca*, 1993

segue

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 conteso tra Sant'Antimo e Castelnuovo 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, *Analogia 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 politique 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
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
43. Stefano Berni, Emanuele Castrucci, *Hume e la proprietà*, 2002
44. Silvia Menocci, *L'antiformalismo di Bruno Leoni nei suoi rapporti con le correnti del realismo giuridico*, 2003
45. Enrico Diciotti, *L'ambigua alternativa tra cognitivismo e scetticismo interpretativo*, 2003.
46. Andrea Francioni, *Il trattato italo-cinese del 1866 nelle carte dell'ammiraglio Arminjon*, 2003.

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. XVIII)*, 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).

segue

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. Borracelli 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 (secc. 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 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)
41. *Statuti medievali e moderni del Comune di Trequanda (sec. XIII-XVII)*, a cura di L. Gatti, A. Tonioni, D. Ciampoli e P. Turrini (2002).
42. A. Ciompi, *Monticiano e il suo beato* (2002).
43. V. Passeri, *Fonti per la storia delle località della Provincia di Siena* (2002).
44. M. Ilari, *Famiglie, località, istituzioni di Siena e del suo territorio* (2002).
45. M. Scarpini, *Vivat foelix. Il Palazzo dei Diavoli a Siena: storia, architettura, civiltà* (2002).
46. M. A. Ceppari Ridolfi, *Siena e i figli del segreto incantesimo. Diavoli, streghe e inquisitori all'ombra del Mangia, con un saggio di Vinicio Serino* (2003).
47. P. Turrini, *De occulta philosophia. Cultura accademica e pratiche esoteriche a Siena alla metà del XVI secolo*, con un commento di V. Serino (2003).
48. R. Terziani, *Il governo di Siena dal medioevo all'età moderna. La continuità repubblicana al tempo dei Petrucci (1487-1525)* (2002).
49. E. Jacona, *Siena tra Melpomene e Talia: storie di teatri e di teatranti* (2003).
50. M. Borgogni, *La guerra tra Siena e Perugia (1357-1359). Appunti su un conflitto dimenticato* (2003).
51. G.A. Pecci, *Storie del Vescovado della Città di Siena*, rist. dell'Ed. Lucca 1748 (2003).
52. R. Ascheri, F. Panzneri, *Una giornata particolare. Firenze 9 maggio 1938: le contrade di Siena, Mussolini e Hitler* (2003).
53. *Il Palio di Siena*, a cura di B. Lenzi e V. Serino, CD, 2001 Production (Trezzano sul Naviglio).
54. *Siena e i Maestri del Tempio. Logge e 'liberi muratori' dall'Illuminismo all'avvento della Repubblica*, a cura di V. Serino (2003).
55. M. Ascheri, *Siena e la città-Stato del Medioevo italiano* (2003).
56. R. Ninci, *Colle di Val d'Elsa nel Medioevo. Legislazione, politica, società* (2004).

segue

57. *Castiglione d'Orcia alla fine del Medioevo: una comunità alla luce dei suoi statuti*, a cura di E. Simonetti, testi di M. Ascheri, E. Simonetti, P. Masci, D. Ciampoli (2004).
58. *Radicefani e il suo statuto del 1441*, a cura di B. Magi (2004)
59. M. Verdone, *Siena liberata e alte storie* (2004).
60. Francesco Maria Tarugi, *La visita alle parrocchie di Siena del 1598*, a cura di Mino Marchetti e Pina Sangiovanni (2004)

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 Mastropaolo, 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. Lipotesi 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 Duemila*
4. Nicole Pietri (sous la direction de), *Regards croisés franco-polonais sur l'élargissement de l'Union européenne à l'est*
5. Mercedes Samaniego Boneu (coord.), *Reflexiones sobre Europa*

– **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*
3. Timothy A. Chafos, *The U.S., Nato and fledgling EU defence efforts: toward a new and better world order?*
4. Ana Maria Parada da Costa, *As Mulheres e o sindicalismo: o mundo, a Europa e Portugal*
5. Antonietta Baldassarre, *L'assemblea parlamentare paritetica ACP-UE*

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