

Notizie

Leggerle, scriverle per la maturità

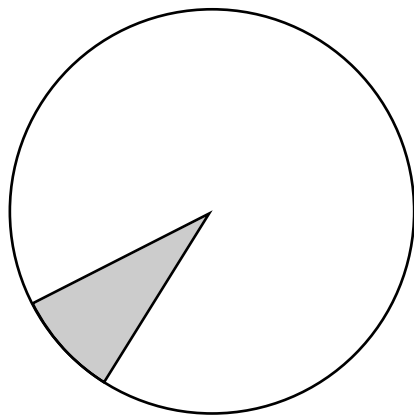
di Paola Pastacaldi

Si avvicina l'esame di Stato per circa 450 mila studenti delle ultime classi delle scuole superiori. I candidati, nella prima prova scritta, dovranno scegliere tra il saggio breve o articolo di giornale – la grande novità che da qualche anno sta suscitando l'interesse dei ragazzi e degli insegnanti – e temi più tradizionali (analisi del testo, argomento storico). Nell'esame di maturità 2003 il 62,6 per cento dei candidati hanno optato per il saggio breve o articolo di giornale, scegliendo tra quattro temi: "Il terrore e la repressione politica nei sistemi totalitari del Novecento"; "Gli affetti familiari"; "Il ruolo della poesia nella società della comunicazione"; "L'acqua risorsa e fonte di vita". La scelta è stata sostanzialmente omogenea nei licei come negli istituti tecnici, professionali e artistici. Segno di una scuola che si apre finalmente all'attualità e al sociale. E quindi al giornalismo e al suo fondamentale ruolo nella società contemporanea.

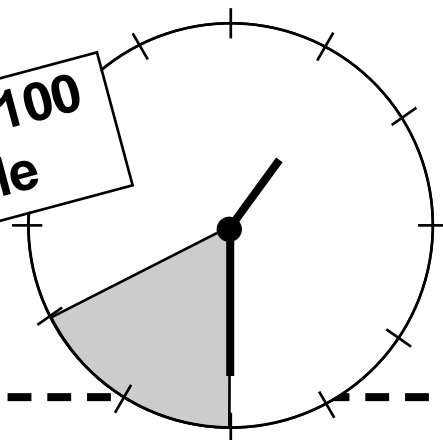
"Ordine Tabloid" pubblica questo dossier contenente analisi, suggerimenti e consigli pratici. E una sintetica bibliografia per chi vuole saperne di più. Questa guida è un piccolo contributo dell'Ordine dei Giornalisti della Lombardia in vista di un appuntamento che rappresenta la prima grande prova della vita per migliaia di ragazze e ragazzi. Ma vuole essere anche uno stimolo per i colleghi e per gli insegnanti a promuovere la lettura dei giornali tra i giovani.

Prof. Franco Abruzzo
Presidente dell'Ordine dei Giornalisti
della Lombardia





Solo 14 giovani su 100 leggono un giornale



Scrivere articoli, cioè raccontare storie

Le notizie non sono altro che storie, come dice il giornalismo anglosassone. Fare giornalismo o scrivere articoli, per esempio in occasione dell'esame di maturità, significa imparare a raccontare delle storie e trovare il materiale per farlo. Le storie vanno trovate, entro la realtà, capite e lette in senso giornalistico. L'articolo ha a che fare con l'attualità, cioè con i fatti che sono

alla fine storie. Come si insegna nella più antica università di giornalismo del mondo, la Columbia University di New York, fondata da Pulitzer ai primi del '900. O come scrive il quotidiano "New York Times", accanto al titolo, così definendo l'informazione: "All the News that's fit to print". Tutte le notizie che sono "appropriate, convenienti o che è giusto, decoroso, idoneo, opportuno pubblicare".

Raccontare ai ragazzi delle medie cosa sia un giornale è impresa ardua. Non sarà un caso se solo quattordici giovani su cento leggono il giornale tutti i giorni. Secondo dati, che sono stati elaborati dall'Eurispes Censis, il 46 per cento legge un quotidiano ogni tanto, per soli dieci minuti e scegliendo (il 23 per cento) l'oroscopo e solo in seconda battuta la cronaca (il 20 per cento).

Le regole per insegnare cosa sia un articolo, in che modo sia diverso da un tema in classe, cambiano in continuazione: fissare un giovane su queste regole, significherebbe non avvicinarlo al giornale, non aiutarlo a comprendere cosa sia la notizia.

È necessario spiegare loro quanto un giornale sia una prova da superare ogni giorno e quanto un giornale abbia tante teste quanti sono i suoi giornalisti e che la linea editoriale si crea di giorno in giorno, confrontandosi con gli avvenimenti e con ciò che di essi la direzione e il giornalista vogliono o riescono a raccontare.

Il quotidiano è, insomma, un'opera collettiva dell'ingegno.

Ma i ragazzi delle medie non leggono giornali, ai più fortunati accade di vederli in casa, a qualcuno di sfogliarli. I più ascoltano il telegiornale all'ora di cena e restano avvvinghiati alle immagini dei tg, della pubblicità. Queste immagini incidono nelle loro scelte in un modo "forte" che ancora non abbiamo analizzato. La televisione, anche se non vogliamo ammetterlo, crea miti dentro di noi e pesca agli archetipi. Subire la tv significa anche comprendere la sua forza evocativa.

Il primo passo per comprendere cosa sia un articolo è, dunque, creare una dimestichezza con la lettura. Avvicinarsi al giornale, vederlo, toccarlo, criticarlo. Per poi fare del quotidiano un atto giornaliero, ma soprattutto creativo e divertente. In cui il giovane lettore interagisca con la notizia e non la subisca come qualcosa di noioso o peggio di distaccato dalla sua vita. Le notizie riguardano fatti che hanno conseguenze sulla vita pratica e quotidiana di tutti i cittadini.



**Ma lo fanno ogni tanto
e per soli dieci minuti**

Quando un fatto diventa notizia

Pensare e scrivere articoli per un giornale ha delle regole che possono essere, e spesso lo sono, smentite nel numero dopo, per poi ritornare a funzionare. Fa eccezione, naturalmente, la deontologia che si basa su leggi codificate, cioè scritte che sono un dovere civile e morale per il professionista. Ingabbiare il fare un giornale in una serie di regole è un'impresa giusta e sbagliata. Oggi lo si fa e il giornalismo si insegna nelle università. Ma, così come è importante studiare le regole del fare un giornale, conoscerne i segreti di fabbricazione, altrettanto importante è non legarsi troppo a queste regole.

Bisogna essere flessibili. Questo è il giornalismo

Il giornalismo è un'attività inaffidabile? No, semplicemente tratta di notizie, cioè di una materia viva e, dunque, deve adattarsi a questa mutabilità. Nel momento in cui viene fissata una regola per fare un giornale, per valutare un fatto come notizia, per scrivere l'articolo, questa regola può essere subito dopo superata da altre più funzionali, più complete, può anche diventare obsoleta nello spazio di pochi secondi e può essere arricchita da nuove regole in ogni momento, perché pressata da nuovi fatti che ne mutano le ragioni d'essere.

Che cosa, dunque, trasforma o dà la dignità di notizia ad un fatto?

Tentiamo di fissare alcuni punti di riferimento, ben sapendo che ne scordiamo certamente altri e che con il fluire degli accadimenti bisognerebbe cambiare l'elenco, togliendo e aggiungendo altre voci. Un fatto prende la valenza di notizia quando avrete valutato se possiede anche una sola (o più) di queste caratteristiche e se risponde in qualche modo delle valutazioni che seguono.

La carica di novità, la singolarità che ha di per se stesso

Ma anche la carica che possiede in relazione ad un determinato pubblico a cui si rivolge. L'11 settembre oppure la mucca pazza.

L'importanza pratica che un fatto assume per la gente

La mucca pazza è un esempio molto ricco di sfumature in questo senso, perché ha cambiato le abitudini alimentari per un lungo periodo. Gli attentati, per esempio, perché possono far mutare condizioni di vita.

Le possibili conseguenze sulla vita quotidiana e sugli interessi di ciascuno

Ancora la mucca pazza ha inciso non solo nella dieta, ma anche nel commercio, nelle scelte degli allevatori, nelle regolamentazioni internazionali.

La vicinanza fisica o anche semplicemente psicologica

I quotidiani locali trattano notizie vicine fisicamente ai cittadini lettori. L'11 settembre è stato anche un avvenimento globale, psicologicamente vicino anche a chi stava lontano, per esempio in Europa.

La possibilità di fare leva sulle emozioni e di creare un senso di attesa

Alcuni casi da manuale: le guerre, gli attentati e la ricerca di un vaccino per la Sars, per l'Aids. Un esempio storico, lo sbarco sulla Luna.

Lo sviluppo che un avvenimento promette

Ogni notizia contiene in sé una possibilità di sviluppo che va valutata bene sotto vari profili o tagli giornalistici, perché suscettibile di imporsi all'opinione pubblica, anche se all'inizio il fatto non è così rilevante. Individuare le possibilità di sviluppo di un fatto è un esercizio giornalistico molto importante. È la

capacità di vedere una notizia, cioè di cogliere la valenza di notizia dentro un fatto alle volte apparentemente normale, banale. La scelta che il giornalista opera in un secondo tempo nel modo di raccontarla e di pubblicarla sul giornale si chiama taglio. La mucca pazza può avere un taglio economico se ne valuto l'impatto economico, i danni del calo del consumo di carne, un taglio salute se ne valuto le problematiche sulla dieta, un taglio di costume se analizzo quante persone hanno cambiato il loro comportamento rispetto ai consumi, un taglio di opinione se pubblico le lettere di chi scrive, un taglio finanziario per le conseguenze che può aver avuto sulla Borsa.

Il carattere di esclusiva

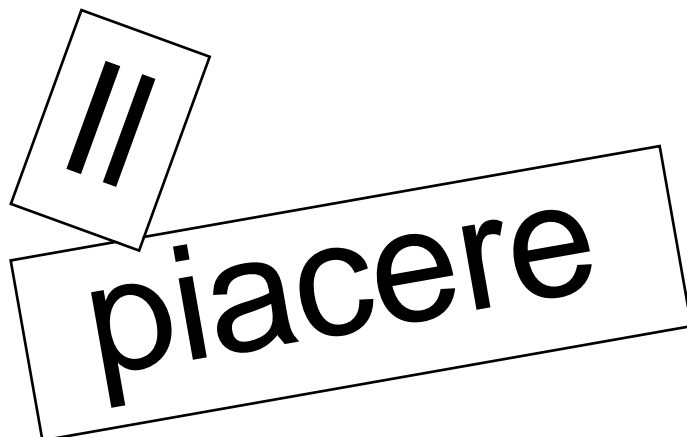
Questo punto occupa l'ultimo posto di questa lista di valutazioni, ma sta nella pratica della vita di redazione al primo posto, anche se non dovrebbe essere così. L'esclusiva si è imposta come una necessità dentro un giornalismo caratterizzato dalla facilità di circolazione delle informazioni, un giornalismo affollato, dove ogni testata, ogni mezzo deve farsi notare e imporsi al pubblico per non morire. Ma questo ha snaturato l'esclusiva. Quello che era un dato eccezionale si è trasformato in un elemento inflazionato, abusato e quindi svuotato della sua caratteristica peculiare, cioè il fatto di essere posseduto da un solo media.

Oggi le esclusive non esistono quasi più, la circolazione delle informazioni ha reso quasi impossibile avere una notizia in modo esclusivo. L'esclusività di una notizia può durare poche ore. Non esistono segreti nel mondo globale delle news.

L'esclusività di una notizia è sovente una montatura realizzata ad arte per fini di diffusione di un media oppure per imporre nei media una certa angolatura di fatti rilevanti da parte di qualche gruppo di potere economico o politico, interessato a farlo per i vantaggi che ne trae.

Nella scarsità di notizia esclusive, perché con Internet tutti i media possono conoscere quasi tutto, è stato in questi ultimi anni fin troppo facile ricorrere all'invenzione. Gli uffici stampa, le società di comunicazione dei grandi gruppi multinazionali, dei Governi anche e dei personaggi lavorano alacremente alla costruzione di "fatti evento" che poi invadono i media, imponendo una visione adulterata e artefatta dei fatti stessi. Per questo nelle edicole, sulle prime pagine dei giornali abbondano le esclusive, negli strilli di copertina o nelle locandine di ferro.

Una lettura attenta di queste esclusive rivela facilmente la loro debolezza. È soprattutto la comparazione con altri giornali nello stesso giorno e sulla stessa notizia che aiuta a "smascherare" scoop che sono finti o solo mezzi veri.



Passiamo ora a delle riflessioni sul

Rubando a Roland Barthes pensieri ed emozioni sul linguaggio, possiamo dire a chi si avventura per la prima volta e seriamente in una scrittura che non sia quella del tema o del compito di classe (ancora troppo vincolata al giudizio e all'esercizio in cui gioca più la dimostrazione di quanto si è capaci che la vera capacità), dicevamo dunque che, una volta svincolati da questi lacci che imprigionano anche se educano, la scrittura passa per il corpo. Possiamo dire con Roland Barthes che impareremo ad avere una malattia tutta speciale, quella che lui denunciava scherzosamente come "vedere il linguaggio". Nella scrittura vera la persona che scrive gioca le sue informazioni, i pensieri e parte delle emozioni. Insomma non rimane al di fuori del testo. Scoprire il piacere del testo significa poter essere consapevoli del godimento epicureo che ci può dare la materialità del nostro agire intellettuale. Ma perché una scrittura sia giornalistica è necessario imparare a rispettare alcune regole che sono un po' come i binari per i treni. Si corre

dentro una struttura che vincola la scrittura creativa ad un fine preciso, tecnico e deontologico insieme: informare e, quindi, raccontare fatti.

Non slabbrarsi nel testo, non disperdersi, rimanere sul tema.

Imparare a scrivere e ad apprendere una tecnica che sia quella del testo giornalistico implica alcune nozioni di fondo.

La prima, sostanziale differenza, che è anche quella che rende affascinante l'articolo rispetto al tema, è che mentre il tema va solo agli insegnanti, il primo va ai lettori.

Si scrive per raccontare un fatto e si ha il compito di non raccontare frottole, di dire dunque la verità e poi di farsi capire, cioè di essere chiari ed essenziali.

Ciò che rende affascinante l'articolo per chi non fa il giornalista di professione è un aspetto strutturale imprescindibile:

nell'articolo chi scrive può e deve essere critico.

Enuncia con i fatti anche una visuale che non sempre e per forza è tutta positiva, enuncia anche dei dubbi, lascia spazio alla riflessione critica.

Ciò rende l'articolo molto interessante, ma anche

del testo

testo, ma non ancora per scrivere

difficile da realizzare. Nello svolgere un tema che non sia un compito in classe si va, dunque, incontro al piacere di esprimersi sia con il corpo che con la mente, come diceva Roland Barthes. Ma per esprimersi al meglio è necessario imparare ad essere chiari e a rispettare la verità dei fatti. Queste due qualità, una tecnica l'altra deontologica, si imparano studiando regole e modalità di fattura non soltanto dell'articolo in sé, ma anche dei giornali stessi. Si impara a scrivere meglio e più rapidamente se si apprende la lettura dei quotidiani che non è un atto saltuario, ma quotidiano, da fare con costanza, tutti i giorni. E, infine, oggi non si può prescindere da una lettura che possiamo chiamare

sapiente. Il giornale lo si legge e lo si analizza, confrontandolo con altri giornali. Valutando le notizie anche sotto un aspetto che si chiama appunto critico, di riflessione. Questo significa informarsi e leggere i giornali. Comunicare è forse il petrolio del ventesimo secolo. Ma non si comunica se non si impara a leggere i quotidiani. E oggi non si può leggere, se non si mette in moto lo spirito critico. Lo spirito critico è il migliore modo per apprendere la lettura. E dalla lettura discenderà, quasi per osmosi (vedi dizionario), il miglioramento della capacità di esprimersi con chiarezza, cioè di scrivere.



DOCUMENTARSI

Cosa sono le fonti

La fonte è l'elemento che separa nettamente un tema da un articolo. In un tema si scrive quello che si vuole, che si pensa, che si è studiato, si possono fare delle divagazioni, il tutto per essere poi letti dall'insegnante. Un articolo si scrive per gli altri, i lettori, ma si scrive nel rispetto di un fatto. Si ha l'obbligo di rispettare la verità di cui si è venuti a conoscenza e di essere essenziali, cioè di dare le informazioni che servono senza eccedere e, dunque, di non danneggiare la privacy delle altre persone. Non si può in altre parole discriminare nessuno per razza, religione, sesso, condizioni fisiche e mentali, opinioni politiche. Non si può scrivere il nome di una persona violentata, né si possono riportare dettagli che possano condurre alla sua identificazione, lo stesso principio si deve rispettare per i minori e i soggetti deboli. Non si può pubblicare il nome di un bambino protagonista di un fatto di cronaca, perché potrebbe incidere negativamente sul suo sviluppo psicofisico. Nemmeno si possono dunque pubblicare le foto che lo renderebbero riconoscibile, così come non si può fotografare una persona in manette.

Le fonti sono molte per un giornalista: ci sono quelle ufficiali, quelle riservate e quelle documentarie. Per uno studente che si avvia alla maturità sono dei documenti che riceverà dalla scuola e che deve imparare ad utilizzare. Anche un giornalista ricorre alle documentazioni. Le grandi case editrici dispongono di un archivio.

Per un giornalista ricorrere alla prima fonte, quella originale da cui il fatto parte, è sempre più difficile, alle volte impossibile. Le notizie si sviluppano in modo complesso, vengono da lontano. Le maggiori case editrici hanno i loro archivi, dove numerosi archivisti si occupano di schedare gli articoli che sono stati scritti dalla stampa di tutto il mondo.

La documentazione che lo studente riceve per la maturità è come una fonte giornalistica. È il dove da cui pesco la notizia. È l'ufficio anagrafe di quella storia, dimostra che la notizia esiste, che è vera e come è nata.

Prima si legge la documentazione

Prendiamo subito un foglio bianco, grande, pulito e teniamolo a fianco della nostra documentazione, provvisti di penna e matita. Leggiamo attentamente la documentazione, una, due, tre volte.

Leggiamo e sottolineiamo i passaggi che ci colpiscono, quelli che ci piacciono, quelli infine che ci sembrano fondamentali per la comprensione del fatto, senza farci troppe domande.

La prima lettura è istintiva, diretta, ma non meno valida. Sovente la prima lettura fa nascere riflessioni, intuizioni che possono diventare una chiave di lettura importante del fatto da trattare.

A fianco dei fogli della documentazione c'è uno spazio bianco, lasciato al margine del testo. Con una scrittura piccina segniamo a matita dei piccoli titoli riassuntivi di ciò che andiamo leggendo. Alle volte basta anche una sola parola. Alla fine della lettura avremo i fogli della documentazione arricchiti da una titolazione ai margini che sarà possibile scorrere in pochi minuti e che nell'insieme costituirà un abbozzo di scaletta, ricca di idee guida. Quando cominceremo a scrivere, basterà rileggere quei titolini, per avere rapidamente l'idea centrale della documentazione.

Dopo si può stendere una vera scaletta. La scaletta vera dà la priorità degli argomenti da trattare in un articolo e le idee guida aiuteranno ad organizzarla. Le domande che possono aiutare a redigere una sorta di elenco degli argomenti sono: quali sono i temi principali trattati dalla documentazione o dossier, quali sono i problemi, quale è il contesto entro il quale è collocata la notizia e che cosa ho io da dire sull'argomento, quali giudizi critici si possono dare. Ma ciò che riassume al meglio un fatto è pensare a queste domande: chi, che cosa, dove, quando, come e perché. Tenete la scaletta vicino al foglio su cui comincerete a svolgere il testo e se vi sembra confusa, ricopiatela a grandi lettere, affinché con un colpo d'occhio possiate ritornare ai punti segnati come ai binari per un treno, come la rotta per una nave.

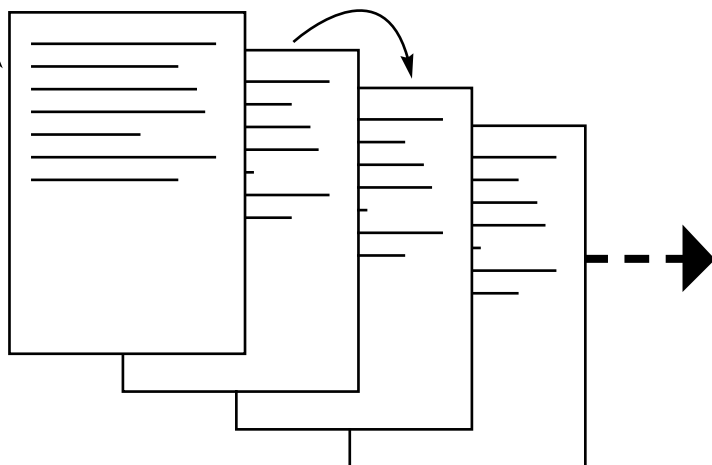
Non perdetela mai di vista. È il vostro orizzonte, vi evita lo smarrimento nel mare grande della composizione. Ora è il momento di analizzare la parte più pratica dello scrivere. Quanto è lungo un articolo?

Quanto pesa un articolo? Come contare le battute

Un articolo viene misurato in cartelle, le cartelle in numero di righe, le righe in numero di battute. Moltiplicando le righe per le battute, ho il numero totale delle battute dell'articolo. La numerazione di ogni battuta del testo comprende ogni parola, ma anche la punteggiatura e gli spazi vuoti. La cifra che ne uscirà darà l'ingombro generale del testo che poi andrà impaginato dentro un giornale. Una cartella è fatta di trenta righe, ogni riga di sessanta battute, il foglio dunque è di milleottocento battute. Un articolo all'esame di

giornalismo deve essere lungo 45 righe, dunque una cartella e mezza. Per un totale di 2700 battute. Per la maturità si chiede allo studente che decida di scrivere un articolo di riempire quattro pagine del foglio protocollo. Se lo studente avesse la pazienza di contare una riga, avrebbe la misura standard della sua riga, scritta a mano. Fare un articolo all'esame di maturità potrebbe essere la prova simulata di un esame per essere ammessi ad una scuola di giornalismo. Sarebbe come scrivere da giornalisti, pur non essendolo.

Numero di battute per riga moltiplicato per il numero di righe per cartella, moltiplicato per il numero di cartelle



Uguale numero
delle battute totali

La scelta dei media Prima la carta poi Internet

Il primo passo, una volta scelto un argomento, è la scelta del media, del giornale. Molti studenti delle scuole di comunicazione pensano che imparare a scrivere in Internet sia più importante e pensano così di saper scrivere anche per un media cartaceo. La prima abilità viene, invece, dalla scrittura su carta. Poi questa scrittura può finire dentro altri

media, appunto anche in Internet, e allora prenderà una sua specificità, cambierà in funzione del media. Perciò qui impareremo tutto sui giornali, con il compito di scrivere un articolo cartaceo.

La scelta di un argomento è un fatto squisitamente personale o come nel caso della maturità imposto dall'esame. Perciò su questo punto non c'è molto da dire. C'è da dire qualcosa sul fatto che l'argomento prescelto deve avere una sua attualità, come abbiamo visto nella definizione di ciò che caratterizza il fatto che diventa notizia.



Fate subito un titolo è il cuore del fatto

Il titolo è il cuore del fatto. Come la carne per l'hamburger. Un titolo è una sintesi creativa sul tema dell'attualità. Un buon titolo fa metà del pezzo, nel senso che gli dà una identità di scrittura e di lettura. Fare un buon titolo richiede una abilità che pesca non solo alla capacità di sintesi. Bisogna essere creativi per non annoiare, ma non si può nemmeno uscire dal tema, nel senso che un argomento è di attualità per un determinato motivo e nello scrivere un titolo devo riuscire a trasmettere la notizia, il cuore del fatto.

Ecco perché una volta scelto l'argomento tra una rosa di proposte, scrivere un articolo significa immaginarne subito un titolo. Si può pensare che la titolazione sia l'ultimo atto da fare alla fine della scrittura. E invece no! Il titolo lo si deve immaginare prima, lo si deve sentire come una sintesi di tutto ciò che vorremmo mettere insieme in un articolo, del perché della scelta di quell'argomento e del come lo tratterò.

Insomma la titolazione è una abilità che viene quando si è ben compreso cosa sia una notizia e, dunque, perché si scrive.

Nei giornali quando un fatto sta per diventare un articolo, perché si è deciso di scriverne uno, possiamo dire che nella testa del caporedattore che lo ha commissionato oppure nella testa del giornalista che ci lavorerà nasce subito una bozza di titolo, un'idea che poi si potrà aggiustare nel corso del lavoro.

Ma il titolo rimane un punto di partenza fondamentale per lavorare bene. E se ancora non vi è chiaro immaginate che sia il nome per la persona, fate come gli inglesi che hanno la gentilezza di ricordare sempre il nome, perché il nome è la persona. Così è il titolo per l'articolo.

Alcuni dei titoli per Saddam...

Possiamo prendere in esame un importante fatto di cronaca e valutare come lo stesso fatto prenda sfumature e variazioni minime, che probabilmente ad una prima lettura, forse distratta, possono sfuggire. I titoli ci sembrano tutti uguali, soprattutto quando conosciamo il fatto, perché la televisione ha già dato notizia. Una lettura solo dei titoli, è un ottimo esercizio di scrittura. Per raccontare lo stesso concetto si possono usare angolature diverse anche solo di pochi centimetri, come usare una macchina fotografica per fissare un paesaggio girandoci intorno e creando visuali diverse anche solo di pochi centimetri.

L'analisi dei titoli di cronaca e attualità (e naturalmente anche degli attacchi), ma valutati sullo stesso fatto, può diventare un esercizio di stile, quanto mai proficuo. Raymond Queneau in "Esercizi di stile" (Einaudi, Torino

1983) scrisse i suoi novantanove esercizi di variazioni stilistiche nel lontano 1947, quasi sessant'anni fa. È una lettura non facile, ma che potrebbe aiutare a comprendere, al di là delle figure stilistiche che egli usa che sono molto complesse, cosa significa variare lo stile avendo gli stessi elementi sotto mano. Umberto Eco nell'introduzione l'ipotesi che possa avere avuto in mente anche le variazioni che Rostand fece nel Cyrano fa sul tema del naso.

Insomma l'argomento può anche essere minimo, la sfida è raccontarlo in modi diversi, mutando i concetti di pochissimo.

Che titoli ha avuto, dunque, la cattura di Saddam Hussein, il 15 dicembre 2003? Riportiamo di seguito alcuni, pochissimi esempi, ma anche occhielli e sommari, perché fornisco elementi utili per l'esercizio di titolazione che possiamo fare dopo averli letti, variando l'assemblaggio degli elementi.

CORRIERE DELLA SERA

Occhiello Si nascondeva a Tikrit. Le prime parole: sono stato fermo ma giusto. Rumsfeld: lo tratteremo da prigioniero di guerra. I leader europei: ora la ricostruzione

Titolo Catturato Saddam, una svolta per l'Iraq

Sommario Tradito dal suo clan. Bush: democrazia più vicina. A Bagdad: lo processiamo noi, c'è già la Corte

LA REPUBBLICA

Occhiello Il blitz di seicento uomini sabato notte a Tikrit aiutati dai curdi. La decisione della Casa Bianca "Prendiamolo vivo". Alzati i livelli di allerta attentati

Titolo La cattura di Saddam

Sommario Bush: "Ora dovrà affrontare la giustizia". Bagdad in festa

LA STAMPA

Occhiello Catturato in una buca di Tikrit: non ha sparato. Decisive le indicazioni di una famiglia vicina al raiss

Titolo Saddam tradito da una soffiata.

IL GIORNO

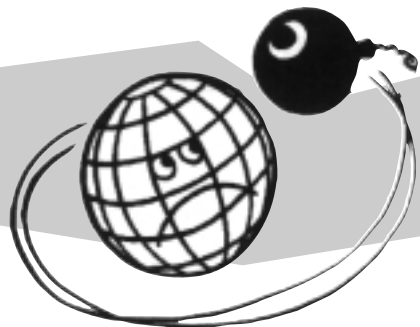
Titolo Preso!

IL GIORNALE

Titolo Preso Saddam

Sul vostro foglio bianco, scrivete il titolo, segnate la data, cioè il luogo da cui immaginate di scrivere.

Può essere la città dove già siete, oppure il luogo dove è nata la notizia, insomma come foste un inviato di un giornale oppure un redattore nella redazione del giornale della sua città.



...e l'11 settembre

Uno sguardo ai giornali stranieri, valutando quali particolari, quali sostantivi, parole aggettivi diversi sono stati aggiunti rispetto a quelli italiani. Quali concetti.

Può anche essere solo una parola che però allude ad un particolare nello svolgimento dei fatti, come è accaduto nel titolo de La Stampa che usa il termine "soffiata".

Herald Tribune	U.S. military captures Saddam in hiding
Le Monde	Fin de Saddam, succès de Bush
The Times	Saddam captured
El Pais	EE UU captura a Sadam sin disparar un solo tiro en su escondite de Tikrit
Financial Times	The tyrant is a prisoner. Hussein caught in makeshift hide-out
New York Times	Bush says "Dark era" for Iraqis is over

Modi diversi, angolature e visuali diverse per raccontare lo stesso fatto. Quante altre se ne potrebbero utilizzare, anche solo aggiungendo un aggettivo, un sostantivo? Anche le foto del volto di Saddam sembrano avere rispettato la stessa dinamica degli esercizi di stile. Tutti ricor-

diamo il volto di Saddam. La stessa immagine ripresenta però da angolature modificate di pochi centimetri. Saddam visto di profilo, davanti, con la bocca aperta.

Rileggete con attenzione i titoli e notate le più piccole variazioni.

Ora dovete scegliere il giornale per cui scrivere, quindi i vostri lettori.

Un'altra notizia, questa volta l'11 settembre del 2001.

Che titoli ha avuto il fatto giornalistico più importante del 2001? Ne riportiamo pochissimi, lasciamo alla vostra memoria e alla vostra abilità usare questi per immaginarne di altri. Prima di leggere provate a scrivere su un foglio bianco, intero e pulito, un titolo che può essere di pochissime battute, sino ad un massimo di una trentina e poi riscrivetelo aggiungendo un altro concetto e infine un terzo ancora.

Valutate, analizzando i titoli

appena letti su Saddam, quali sono le parole utilizzate e quante sono. Quelle più ripetute e quelle meno. E infine scrivete e poi date nuovamente uno sguardo ai titoli dei giornali su Saddam. Solo dopo, leggete alcune titolazioni dell'11 settembre per vedere come ve la siete cavata. Provate a fare una pur piccola variazione, ad aggiungere un vocabolo, un sostantivo un aggettivo a quelli già fatti dai quotidiani. E se non vi riesce analizzate perché avete scelto proprio quello, studiate le parole che contiene.

CORRIERE DELLA SERA

Occhiello Il più grave atto di guerra dal 1945. Il mondo sconvolto e paralizzato. Bush: puniremo i colpevoli e i paesi che li proteggono

Titolo Attacco all'America e alla civiltà

Sommario Aerei di linea dirottati dai terroristi si schiantano contro i grattacieli di New York e sul Pentagono crollano le Torri gemelle, forse ventimila morti sotto le macerie. Sospettati gli islamici di Bin Laden

IL GIORNALE

Titolo Migliaia di morti

Catenaccio Nel cuore dell'America il più grave attentato della storia

Sommario Quattro aerei di linea dirottati e lanciati contro i simboli Usa: rase al suolo le Torri di New York, colpito il Pentagono
Piano studiato da anni, coinvolti 500 terroristi. Bush accusa Bin Laden. Berlusconi: "Daremo la caccia ai colpevoli"

IL MESSAGGERO

Titolo Atto di guerra

Catenaccio Apocalisse a New York, migliaia di morti

Il secondo passaggio da fare mentalmente prima di scrivere è immaginare dentro quale giornale questo articolo potrebbe essere pubblicato

Ogni giornale ha il suo pubblico di lettori, con gusti, interessi e necessità ben definiti. Questo pubblico in gergo di marketing si chiama target e come dice appunto la parola nel suo significato originario, target è l'obiettivo cui mira il giornale. Il giornale vuole colpire quel target per farsi acquistare. Con l'articolo chi scrive invece deve non tanto vendere un prodotto, quanto raccontare al lettore una storia, una notizia con tutti i suoi risvolti di cronaca, sino al commento e alla critica.

Ma prima vediamo di dare un nome a questi giornali.

Il cronista, come uno storico del momento, coglie del fatto la sua importanza e ne scrive, raccontando gli elementi basilari che lo hanno determinato, rispettando le cinque doppie W inglesi:



Ogni articolo contiene in sé la risposta di questi cinque punti.

Può accadere che poi ogni punto si allarghi a sua volta in altre cinque W e così via. Ma in questo paragrafo vogliamo solo ricordare che la scelta del quotidiano implica un pezzo da cronista che contenga la risposta alle cinque W. Vedremo altrove come si fa un articolo.

Quotidiano...

Al primo posto ci sono i quotidiani che hanno il compito di riportare le notizie in prima battuta, ormai sempre più spesso anticipati dalla televisione. I giornali nazionali per poter essere in tutta Italia "chiudono" le pagine verso mezzanotte e tutto ciò che accade dopo non può essere riportato. In casi eccezionali, come le guerre o gli attentati, si fa una seconda ribattuta del giornale in modo da poter avere in prima pagina la notizia dell'ultima ora. I quotidiani nazionali sono:

Il Corriere della sera (diffusione del 2002, (689.971), La Repubblica (624.221), La Stampa (398.095), Il Giorno (77.598), Il Giornale (217.912), Il Messaggero (262.187), L'Unità (69.381), Il Manifesto (35.983), L'Avvenire (896.721). Tra i principali quotidiani locali o regionali, che portano in prima pagina le notizie della città o della Regione, insieme a quelle nazionali, ci sono: Il Resto del Carlino, etc., Il Gazzettino (124.294), La Gazzetta del Sud (56.047), Il Secolo XIX (112.870), La Gazzetta del Mezzogiorno (57.239).

o settimanale

Ci sono poi i settimanali di attualità come L'Espresso, Panorama, Diario, ma anche Vita, il settimanale della solidarietà. I familiari: Oggi, Gente, Famiglia Cristiana. I femminili: Gioia, Grazia, Amica, Anna, Tu, Marie Claire. I giornali scientifici, quelli di viaggi, quelli di natura, quelli di informatica, ma anche di arredamento, etc. Ogni settimanale approfondisce tematiche che rientrano negli interessi della testata. Alcuni quotidiani nazionali hanno abbinati dei settimanali femminili, D La repubblica delle Donne (416.992), Io Donna (508.662) e dei news magazines. I news magazines idealmente

hanno il compito di approfondire tematiche già presenti in prima battuta nei quotidiani, fanno dunque inchieste sul tempo libero, il costume, la moda, la salute e tutto ciò che fa tendenza. Pubblicano sovente reportage fotografici realizzati dai migliori fotografi di tutto il mondo. In gergo giornalistico sono però soprannominati contenitori pubblicitari, cioè giornali che, in modo più o meno mascherato, contengono pubblicità di prodotti di qualunque genere. E in effetti ne contengono moltissima, a scapito dell'informazione. A noi, però, qui interessa solo la parte più giornalistica.

I lettori non sono consumatori

Nelle case editrici, dunque, si parla di target. I lettori sono stati trasformati in target. Ciò vuol dire che il giornale li pensa come consumatori. Ma primo compito di ogni giornale è avere dei lettori, crearsi un pubblico di lettori.

Per questo scrivere un articolo significa prima di tutto immaginare un lettore e subito dopo il giornale, dove questo articolo potrebbe essere pubblicato, non come momento finale, ma piuttosto come il primo passo, prima della scrittura stessa.

Primo dovere, restare dentro il tema

Il primo punto non è un consiglio, ma un dovere: restare dentro il tema indicato. Leggete e rileggete il tema proposto per l'articolo, chiedendovi se avete rispettato il soggetto indicato. Non divagate. La scrittura giornalistica, pur essendo creativa, resta dentro i binari della cronaca. Questi in breve i consigli del buon senso per la composizione di articolo per l'esame.

1

Frase brevi.

Si rischia meno di cadere in pensieri complessi e imprecisioni. Soggetto, verbo, complemento oggetto, più una frase secondaria.

Evitare il susseguirsi indiscriminato di perché. In caso vi capitasse di avere scritto frasi troppo lunghe, interrompete la frase al primo blocco completo di soggetto, verbo, complemento oggetto. Mettete un punto e ricominciate la seconda frase come una principale. Vedrete che funzionerà benissimo.

2

Separare i commenti dai fatti.

I commenti sono la mala erba del giornalismo italiano e del cattivo componimento, soprattutto se usati indiscriminatamente. L'opinionismo invadente è cattivo giornalismo. Esprimete i vostri pensieri, ma che siano brevi, semplici e motivati. Sarebbe opportuno riservarli per il finale.

3

Evitare i concetti ovvi.

Chiedetevi sempre se ciò che scrivete è un concetto molto, troppo noto, prevedibile. Non usatelo mai per il lead. Crollerebbe la notizia di cui avete intenzione di scrivere. La notizia deve contenere elementi di novità e di attualità.

4

Parole semplici e adeguate ai concetti che volete esprimere.

Controllate sul vocabolario ad ogni minimo dubbio il significato, scoprirete altri vocaboli utili e il vostro pensiero scritto sarà più efficace, interessante e chiaro.

5

Occhio alla punteggiatura.

Una virgola ad ogni pausa che fate nella lettura e un punto ad ogni respiro. Rileggete e notate dove fate queste pause, lì serve la punteggiatura.

MI DIA UN GIORNALE
E CHI MI GARANTISCE
CHE LEI È UNA PERSONA



6

Rileggere l'articolo almeno una volta.

Tre volte sarebbe ottimale. La prima per sentire il ritmo, la musicalità del testo. Qualora avvertiste come una stonatura, fermatevi e chiedetevi che cosa c'è che non va. Sviscerate il pensiero della frase che avete scritto prima e quella dopo. Potrebbe mancare un passaggio logico. Aggiungetelo.

Se un pensiero non vi sembra coerente e chiaro, nel dubbio toglietelo. Infine, chiedetevi se un vostro ipotetico lettore capirebbe ciò che avete scritto. È un'ottima forma di autocontrollo. La seconda lettura va fatta con attenzione, alla caccia di errori grammaticali, ripetizioni di vocaboli, scarsa punteggiatura. La terza lettura sarà la più piacevole, vi permetterà di riflettere sul testo, lo stile e la sua correttezza, cioè chiedetevi se ora il discorso che avete orchestrato nell'articolo fila, se vi soddisfa, se è privo di sbalzi di pensiero. Siete ancora in tempo per intervenire e correggere.

7

Chiedetevi infine se avete colpito nel segno il vostro target, se il pezzo ha il titolo giusto, se avete spiegato il titolo.

E ancora se siete in tema.

Cos'è il lead

È il biglietto da visita del fatto - notizia

È l'inizio del pezzo. Sono le prime dieci, quindici, venti righe di un articolo che possono essere comprensive di più capoversi o anche di uno solo. In quelle righe si condensa la notizia. Come in un concentrato alimentare, in piccole dosi, c'è tutta l'essenza, il lead è il concentrato dell'alimento notizia. Nel "comincio", come lo chiamano i manuali di giornalismo, c'è l'attacco del pezzo. Sfogliate la definizione di notizia e avrete ciò che deve stare nel comincio. Nel lead deve stare ciò che ha reso notizia un fatto, la sua valenza di novità, l'originalità e l'interesse che

quel fatto può avere per un determinato pubblico. Ma, ricordate che l'ovvio non fa notizia. Non fa notizia il cane che morde l'uomo, ma l'uomo che morde il cane. Chiaro?

In quelle poche righe deve stare la carta di presentazione, il biglietto da visita del fatto.

Il lead può essere un breve riassunto delle cinque W, può essere una frase virgolettata detta da uno dei protagonisti del fatto, può essere anche solo la risposta ad una delle cinque W e nella frase successiva si spiegano le altre doppie W.

L'11 settembre nei primi lanci di agenzia

Un esempio di scrittura stringatissima dovuta non solo al tipo di mezzo, l'agenzia di stampa, ma anche alla notizia. Ecco come le agenzie hanno descritto l'evolversi dell'attentato alle due Torri di New York.

Ansa. New York, 11 settembre

Alte fiamme si sono levate dal grattacielo all'altezza dell'87mo piano, 88mo piano, ha detto un testimone della Cnn. Si tratterebbe di un bimotore, forse un Boeing 737. Ore 14,56

Ansa. New York 11 settembre

Una violenta esplosione ha squassato la cima di uno dei due grattacieli del World Trade Center a New York pochi minuti dopo che un aereo le era piombato contro. Ore 15,06

Ansa. New York 11 settembre

Il secondo aereo è stato ripreso dalla Cnn mentre si dirigeva verso la torre del World Trade Center mentre l'altro grattacielo gemello era in fiamme. Le torri gemelle sono state al centro di un attentato islamico nel febbraio del 1993. Al momento del disastro il cielo era perfettamente limpido. Ore 15,16

Ansa. New York 11 settembre

L'Fbi sta indagando sulla possibilità di un attentato. Ore 15,18

Ansa. Washington 11 settembre

Il presidente americano George W. Bush è stato immediatamente informato del disastro in corso alle Torri Gemelle. Il presidente ha cancellato gli impegni che aveva in mattinata. Ore 15,18

Ansa. Torri Gemelle

Casa Bianca evacuata. Ore 15,44

Esempi storici

La sbarco sulla Luna visto dagli scrittori cronisti

Così fu descritto da alcuni giornalisti, che erano anche degli scrittori, uno dei più grandi avvenimenti del Novecento sul "Corriere della Sera" lo sbarco sulla Luna. Era il 25 luglio 1969.

Indro Montanelli (1909-2001).

La sfida della Luna

«Gli astronauti hanno condotto a termine la loro missione e sono rientrati tra i terrestri. Prima ancora di essere compiuta, l'impresa ha messo a dura prova il nostro potenziale di iperboli e superlativi. Ammiriamo chi sa ancora coniarne di nuovi».

Eugenio Montale (1896-1981)

Luna e poesia

“Giorni fa mi fu chiesto da un cortese intervistatore quale potrebbe essere lo status poetico della Luna dopo il fatto compiuto dell'allunaggio. Gli risposi che la scoperta dell'ombrello non aveva impedito a Debussy e a D'Annunzio di mimare la pioggia in due loro celebri composizioni. Aggiunsi pure che la poeticità della Luna era già in ribasso molto prima che i futuristi scatenassero la loro offensiva contro la pallida Selene. Nessun poeta moderno si rivolgerebbe alla Luna col famoso interrogativo che fai tu in ciel, etc”.

Alberto Moravia (1907-1990)

In memoria dell'uomo che ci portò lassù

“Ho visto l'Apollo salire con grande lentezza dalla sua fossa fiammeggiante attraverso le nuvole, su nel cielo. Poi ero nella sala di proiezioni del centro di Houston, tra i privilegiati che hanno visto apparire per la prima volta sullo schermo la superficie sbriciolata, tetra e squallida del nostro satellite e quindi la passeggiata lenta e goffa dell'enorme pupazzo bianco sbarcato ora tra quei sassi”.

John Dos Passos (1896-1970)

Una genesi per lo spazio

“L'aspetto più meraviglioso dei voli spaziali è forse la rapidità quasi incredibile del loro processo”.

Dino Buzzati (1906-1972)

Scappa, Luna, esci dall'orbita e salvati!

“Su vieni dentro. Che cosa stai lì ancora sul balcone mentre qui la tele ci sta facendo vedere la cosa più favolosa mai avvenuta da che esiste il mondo? Aspetta, aspetta un momento. Vieni! La navicella sta per scendere, si vede tutto come essere sul posto”.

E infine il testo di un giornalista, ex direttore del "Corriere della Sera", che ha trovato una formula originale di iniziare il pezzo.

Ugo Stille (1919-1995)

Un giorno scandito dalla parola "Go!"

“Una parola riassume e domina la giornata di oggi a Capo Kennedy, la giornata che ha visto l'uomo partire per la luna, e la parola è go. Go, go, go (vai, vai, vai) è stato il grido di incoraggiamento esplosivo concorde e spontaneo dalla voce di migliaia di spettatori nel poligono di Capo Kennedy quando alle 9, 32 del mattino il razzo Saturno con a bordo la capsula Apollo ed i tre astronauti si è innalzato maestoso e potente dalla rampa di lancio numero 39”.

Dal Corriere della Sera

...Montale, Buzzati, Parise, Piovene, Cavallari

Alcuni pezzi di cronisti scrittori. Ma per andare a scuola di scrittura è bene fare un altro passo indietro, sempre verso la cronaca. Scartabellando in un archivio alla ricerca dei vecchi articoli troviamo altri pezzi di altri giornalisti scrittori, oltre a Eugenio Montale, Goffredo Parise, Dino Buzzati, che facevano anche i cronisti di bianca, costume e cronaca nera. Ecco alcune storie.

Eugenio Montale (1896-1981)
Corriere della sera, 30 giugno 1948

Quando arriverà la televisione.

“A Londra e nei dintorni, per un raggio di circa quaranta miglia oltre quarantacinquemila persone spendono l'ora del pisolino, del nap, dalle 15 alle 16 della sera, fra le 20,30 e le 22, nell'assistere a spettacoli televisivi. Quarantacinquemila è il numero di coloro che pagano la licenza, che costa due sterline all'anno; ma è noto che un buon numero di evasori si gode tale servizio senza spender un soldo”.

“Pongo il problema senza cercare di risolverlo; non senza un certo rammarico nel constatare che il maggiore attentato a una delle più grandi libertà individuali (la libertà di non sapere e non vedere) abbia trovato qui in Inghilterra, fin dal 1936, la sua più moderna e razionale organizzazione”.

Goffredo Parise
Corriere della Sera, 9 agosto '68

Nel Biafra come un incubo. I giorni della disperazione.

Umuhia (Rep. del Biafra). *«Sono nel campo profughi nella foresta: è formato da cinque capannoni, un tempo scuole o magazzini, disposti entro un cortile...».* È sobrio l'attacco di Parise. *«I profughi sono seicento, forme imprecise di colore bruno, spesso avvinte l'una all'altra, i cui denti biancheggiano».* Sembra di vederli, in effetti li abbiamo visti tante volte i bambini della disperazione nelle cronache della tv. Di notizie sulla fame ne abbiamo viste scorrere sugli schermi parecchie. Che termini si possono usare oggi per un pubblico anestetizzato dal dolore e dal troppo sangue in diretta?

Dino Buzzati
Corriere della Sera, 3 dicembre 1946

L'eccidio di via San Gregorio.

Un eccidio, una donna con tre figlioletti, una intera famiglia sterminata per gelosia, con una spranga di ferro, da un'altra donna, la rivale. *«Non si udi un grido... il più piccolo seduto sul seggiolone con la testa piegata da*

una parte come per un sonno improvviso e fermo oramai anche il sangue i cui rigagnoli simili a polipi immondi lucevano sempre meno ai riflessi della lampadina di 25 candele, facendosi sempre più neri». Oltre mezzo secolo dopo, i giornali devono raccontare le cronache raccapriccianti di Erika e Omar, il delitto di Cogne. Lo stile di Dino Buzzati è descrittivo, preciso come un bisturi, attento come una telecamera, pieno di pathos ma, nonostante la drammaticità sottolineata, la scrittura lascia spazio alle riflessioni.

Guido Piovene (1907-1974)
Viaggio in Italia

Piovene racconta in una serie di servizi nati per la radio negli anni Cinquanta la provincia italiana. Ogni città di provincia diventa una storia, un racconto, una inchiesta di costume, una di politica, una di cronaca e infine anche una guida turistica, gastronomica, culturale. Ogni articolo è un viaggio dentro la città per capirla. Come descrivereste la vostra città? Suggerirei questo esercizio, anche solo immaginato, per poi rileggere il capitolo sulla vostra città scritto da Piovene e rilevare cosa avreste potuto dire e non avete detto.

Alberto Cavallari (1927-1998)
Corriere della Sera, 3 ottobre 1965

Prima intervista ad un Papa.

Colloquio con papa Paolo VI: *«Papa Paolo VI mi ha parlato del Vaticano d'oggi, della Chiesa, del Concilio, del suo viaggio a New York, alle Nazioni Unite, dell'Italia, dei rapporti Chiesa-Stato in Italia. Mi ha ricevuto nella sua biblioteca privata, di sera, alla vigilia della partenza per l'America, conversando poi lentamente e con molta franchezza.*

I Papi non concedono, come è noto, interviste, non ne concedono da duemila anni. Ma un colloquio come è stato questo so di poterlo riferire. Esso nasce da una visita al Papa fatta mentre sto compiendo da mesi un viaggio in Vaticano. Nasce dall'occasione semplice non dall'ufficialità”.

Lettura critica, ovvero l'analisi comparata della stampa

Il Paese delle Meraviglie della lettura, rubando alla poetica di Alice, possiamo dire che sarebbe quel luogo immaginario ove perdersi per ritrovare il filo di un viaggio dentro le storie del momento, quelle della cronaca. Per poter strapazzare la prima pagina, per nutrirsi di cultura sulla società, ma anche di titoli come esercizio di sintesi e scrittura.

La stessa notizia, vista in giornali diversi

Se, come diceva Alice, il libro si può scarabocchiare, allora il **primo passo** è dare in pasto ai futuri lettori la prima pagina dei quotidiani.

Si discute sul numero di quotidiani da portare in classe. Uno, due dicono i più. In classe si possono, si devono portare due, tre, quattro quotidiani, si possono portare anche cinque, sei quotidiani, non solo italiani ma anche stranieri. L'importante è creare un percorso alla lettura, su notizie del giorno selezionate in base agli interessi della classe che deve leggere.

Come insegnano alcuni metodi di apprendimento, è bene non affrontare l'argomento in prima battuta con una analisi, una spiegazione, ma piuttosto con un approccio spontaneo basato sull'istintività del leggere, guardare, sfogliare, del curiosarci dentro il giornale con la propria fantasia e il proprio spirito di osservazione.

Abbatte le distanze, la timidezza

Se per i giovani (e non solo per loro) oggi la prima identità si costruisce anche attraverso l'abito, il riconoscersi dentro un marchio, la prima cosa da insegnare loro e a riconoscere la grafica, il vestito, il look di ogni giornale, della prima pagina, della testata. Guardare la prima pagina, osservare come la notizia di apertura viene presentata. Ma attenzione, consegnare i quotidiani agli studenti, avvicinarli fisicamente alla carta. Renderli attivi in questa iniziazione alla lettura.

Di come è fatto, delle problematiche, della tecnica sarà bene parlare dopo.

Il secondo passo è l'analisi accurata di titoli, occhielli e sommari, che costituiscono delle ottime esercitazioni di sintesi di scrittura. Addestrano il lettore alla sinteticità del pensiero e dunque alla scioltezza dello scrivere. L'analisi della titolazione è un'occasione per mettere in rilievo anche l'uso dei diversi vocaboli: perché uno e non l'altro, come si sintetizza un pensiero complesso? Utilizziamo il vocabolario per ricordare il significato di un termine, un verbo meno noto e uno, al contrario, molto noto. Il linguaggio richiede uno studio umile e sistematico, continuo.

Alcuni tra gli strumenti per migliorare si chiamano "Dizionario dei sinonimi e contrari".

Per saperne di più sarebbe utile il "Dizionario enciclopedico" (Rizzoli) e, spaziando un po' più in là per il piacere della lettura e delle definizioni curate da un grande scrittore, il volume "La Nuova Enciclopedia" di Alberto Savinio (Adelphi).

Cos'è un refuso

Alberto Savinio (1891-1952), scrittore, pittore, saggista e fratello di Giorgio De Chirico, dà il via alle sue voci con questo distico: «*Sono così scontento delle enciclopedie che mi sono fatto questa mia propria e per uso personale*». Un esempio del perché varrebbe la pena di leggere questo volume? Alla voce "refuso" leggiamo: «*Contributo involontario alla pluralità delle verità e alla monotonia della verità, felice correttivo*». Alla voce "grammatica" scopriamo (e lo disse a dire il vero Leopardi) che «*i manoscritti originali de' più dotti uomini de' migliori secoli (compreso Ariosto e Tasso) sono ripieni di correzioni e presentano una stortissima e scorrettissima ortografia e sono pieni di errori tali che non commetterebbe il più imperito scrivano o il fanciullo principiante*».

La mucca pazza?

Come la Coca Cola

E se mettessimo insieme tutte le Mucche pazze del mondo? Per quanti giorni e mesi la mucca pazza è comparsa sui giornali, protagonista delle pagine di cronaca, attualità, costume, esteri? Giornalisticamente parlando la mucca pazza è stata una notizia molto interessante. Cerchiamo di capire il meccanismo giornalistico con cui il fatto della mucca pazza è stato distribuito nei giornali, con quali criteri.

Proviamo a chiederci dove potevano finire tutte le mucche pazze seguite al primissimo caso, alla prima notizia che diffuse la storia del morbo tra il lettori. La risposta è come un puzzle.

La prima mucca pazza in assoluto, ovunque essa sia stata in Italia o nel mondo, meritava le prime pagine dei quotidiani nazionali e probabilmente anche in quelli di tutto il mondo.

La seconda, la terza e la quarta anche. Ciò per dire ai lettori che la notizia proseguiva, non era finita. Le altre, il numero non è quantificabile, erano destinate a retrocedere un pochino (la notizia non era più nuova) e a finire nelle pagine nazionali e nelle brevi degli esteri. La terza, la quarta potevano occupare le prime pagine dei quotidiani regionali o locali del territorio di appartenenza. La centesima o anche la millesima, per quante siano state numerose quelle precedenti, se erano le prime di una certa regione, potevano occupare la prima pagina del quotidiano locale di quella regione.

E la millesima nel globo, ma la prima di una certa nazione, avrebbe sempre avuto sempre la prima pagina dei quotidiani nazionali e la prima pagina del giornale della regione del remoto paesino, per quanto fosse numericamente in coda ad altre diecimila mucche pazze, già scritte e stampate in tutti i giornali del mondo.



La mucca pazza non è solo una bistecca

La notizia della mucca pazza da quante angolature si può raccontare? Tante. Immaginarle è un esercizio su come tagliare una notizia, cioè da che angolatura si può vedere e scrivere una notizia. Pensando alla macchina fotografica e alle diverse angolature dello scatto: sono decine e decine, così un bravo giornalista ne può scovare sempre una diversa.

Ma quanti tagli, dalla medicina alla letteratura

La notizia della mucca pazza è stata un fatto di salute nazionale, ma anche economico, di costume, politico (che disposizioni prendere per arginare i danni). È stata un fatto di medicina (cos'è il morbo della mucca pazza, cosa mi succede se lo contraggo, come evitarlo, parlano i medici), un fatto di costume e alimentare (non mangiamo più carne, quale dieta conviene fare, parlano i dietologi), un fatto di tendenza (meglio una dieta vegetariana), un fatto commerciale (gli allevatori raccontano, come si allevano le mucche, i macellai piangono, si fa una inchiesta), un fatto estero (cosa fanno negli altri Paesi, come sono gli allevamenti inglesi, scozzesi). Infine, per chiosare lo stile di una terza pagina, la mucca poteva essere anche un fatto narrativo.

Ci sono le mucche delle cronache per ragazzi del veterinario inglese James Herriot, quella di Giovannino Guareschi intitolata "Le fantasie della Bruna", un racconto surreale su una pezzata, la Bruna appunto, che si ribella e che finisce pazza su un albero, perché le piaceva bere vino.

Le foto dell'orrore? Inutili!

E le immagini? Il morbo sarebbe il vero oggetto della notizia mucca pazza. Ma non sempre si può pubblicare la foto scientifica, anche se sovente in prima pagina si vedono foto particolarissime che descrivono le ultime scoperte e si trasformano esse stesse in notizia. Comunque, le foto sono state tante e non solo di generici allevamenti in crisi. Una delle foto del quotidiano inglese "Herald Tribune" mostrava le mucche sollevate da una gru per essere depositate su un cumulo di altre mucche, tutte morte pazze. Foto di cronaca, ripresa anzi da lontano. Non era una bella foto, in senso estetico.

Nei quotidiani italiani le mucche pazze sono state fotografate più da vicino e in situazioni decisamente più truculente, pregnanti nell'orrore. Ma la foto dell'"Herald Tribune" era più forte come impatto di altre. Quella foto spiegava che le mucche pazze morivano in serie e che questa morte era diventata una normalità. Quella foto diceva molto di più delle foto italiane in cui i faccioni delle mucche pazze riprese a distanza ravvicinata sembravano volti in tv, molto di più dei quarti di mucche squartate nei macelli che trionfavano nei quotidiani italiani.

Ciò che colpisce di una foto è la sua realtà: la foto dell'"Herald Tribune" diceva che la morte delle mucche era numericamente grande e tragicamente quotidiana. Dunque riguardava tutti, le nostre tavole, il nostro quotidiano alimentare: quella foto era una foto-notizia e insieme una foto sincera. Una foto che poteva aumentare la nostra consapevolezza del dramma, senza abusare delle emozioni, senza ricorrere al sensazionalismo delle immagini che mostravano mucche ingrandite e pezzi squartati nei macelli. Potremmo dire senza paura di essere smentiti che molte, troppe delle foto odierne nei giornali su guerre e attentati sono assimilabili a foto choc. Non basta al fotografo significarci l'orrore per farcelo provare, scriveva Roland Barthes.

In sintesi, la mucca pazza è un esempio abbastanza semplice di notizia globale che, come tutto il globale, ha anche il risvolto di essere locale (più locale di così non potrebbe). La mucca pazza era globale perché era un po' ovunque nel mondo, ma era anche squisitamente locale. La mucca pazza è finita nelle pagine nazionali, internazionali, degli esteri, dell'attualità, ma anche del costume, della salute, della medicina, di striscio anche della moda e della bellezza (le pelli, i saponi) e in quella delle opinioni e della rubrica delle lettere.

Chi può frenare la preoccupazione dei lettori di fronte a un problema alimentare?

Glossario

Superato l'impatto con una prima lettura del giornale, ora si passa alla teoria, seguendo un cammino inverso a quello tradizionale. Prima si prende confidenza con l'informazione, poi si studiano i termini, le definizioni per usare anche un linguaggio corretto nel descrivere la

notizia e i giornali. Quali sono le parole che i giornalisti utilizzano per il loro lavoro? Ecco una selezione dei principali vocaboli usati per il giornalismo (da Franco Abruzzo, Codice dell'informazione, *Centro documentazione giornalistica*, Roma 2003).

Agenzie di stampa – Molte delle notizie pubblicate sui giornali, oltre il quaranta per cento, vengono dalle agenzie di stampa che sono imprese giornalistiche pubbliche o private che raccolgono, elaborano notizie e le distribuiscono a pagamento ai giornali. Sono notizie che si chiamano lanci, per la brevità che le caratterizza, perché arrivano in prima battuta e non sono firmate. Su queste il giornale costruisce poi il suo lavoro verificando le fonti e facendo approfondimenti. Ansa, Agi, Adn Kronos, Asca, Aga, Dire, tutte italiane. Tra quelle straniere la Reuters di Londra l'Ap o Associated Press di New York, la Bloomberg di New York. I giornali ricavano oltre il quaranta per cento delle notizie da agenzie. Nei quotidiani americani la media è molto più alta, il settanta e l'ottanta per cento.

Apertura – È l'articolo che nei quotidiani apre la pagina, collocato con il titolo nella parte alta del giornale.

Articolo - È un testo su fatti, temi e problemi diversi, politici, economici, sociali, morali, religiosi, culturali, sportivi o di spettacolo, in cui dovrebbe prevalere l'elemento critico.

Attacco - È la frase d'inizio di un articolo o di un servizio in genere. Corrisponde al lead.

Audience – Sono tutti i telespettatori di un programma. Dal 1989 è l'Auditel a rilevare questo dato. Vedi Share.

Cappello - Poche righe che introducono un servizio, poste all'inizio del testo. Nelle inchieste è un breve pezzo, in carattere diverso, che introduce il tema e spiega l'impostazione dell'inchiesta.

Carattere – È un simbolo grafico può essere times, elzeviro, corsivo, bastone.

Civetta – Il manifesto o la locandina che annunciano i titoli di prima pagina del giorno.

Cocodrillo – Negli archivi delle redazioni dei quotidiani si tiene un articolo pronto su personaggi importanti a cui attingere in caso di morte improvvisa. Si racconta a proposito un aneddoto simpatico: Eugenio Montale, non contento di averne uno già pronto, quando ancora lavorava al Corriere della Sera, lo avrebbe portato via e così, quando morì, vane furono le ricerche del pezzo.

Colonna – È l'elemento base in cui è divisa la pagina del giornale.

Corpo - È l'altezza del carattere.

Corsivo – Nota polemica pubblicata a piede di pagina o di spalla composta in carattere corsivo.

Critica – Facoltà di giudizio, fondamento di ogni scienza umana. Nell'articolo è essenziale esprimere anche una impressione critica sul fatto, lo si può fare facendo parlare altre persone o con informazioni in nostro possesso. Possiamo dire che oggi l'analisi critica della stampa si ottiene confrontando più giornali sulle stesse notizie.

Didascalia – Una o più righe sotto la foto che ne spiegano i contenuti.

Deontologia – È l'insieme delle regole morali che disciplinano l'esercizio di una professione. I giornalisti sono soggetti alla deontologia professionale e devono rispettare la verità sostanziale dei fatti e la privacy degli interessati.

Distico – Poche righe scritte che introducono un nuovo collaboratore o l'inizio di una serie di articoli su un determinato argomento. È composto in giustezza e caratteri diversi dall'articolo.

Elzeviro – È un genere di scrittura su un argomento culturale; un tempo era una recensione, una novella. È, oggi, l'apertura della Terza pagina, scritta con il carattere di stampa elzeviro; una prosa riservata a firme illustri, scrittori.

Etica – Filosofia dei costumi; è la morale che riguarda infine il comportamento pratico dell'uomo

Fonti – Le fonti sono i canali da cui il giornale trae le informazioni. Le fonti ufficiali sono le agenzie di stampa. All'estero un giornale ha i suoi corrispondenti oppure manda gli inviati, in ogni provincia ha altri corrispondenti o cronisti specializzati, vi sono poi i cronisti parlamentari, quelli giudiziari o di economia, quelli di nera e di bianca. Le fonti della cronaca nera sono le questure, i comandi dei carabinieri, gli ospedali, i commissariati, i vigili del fuoco.

Formato – Sono le dimensioni di un giornale.

Gazzettino – Brevissima notizia senza titolo detta anche pallino.

Gerarchizzazione - È l'importanza che si dà a una notizia, collocandola in prima o sesta pagina. La scelta del titolo su una o più colonne.

Gerenza - Senza gerenza un giornale si trasforma in stampa clandestina quindi sequestrabile. Nella gerenza sono indicati i nomi del direttore, della casa editrice, dello stampatore, la tiratura, la concessionaria di pubblicità, il prezzo, la data di registrazione in Tribunale. Di solito è collocata nelle prime pagine. Nei settimanali, verso la fine.

Giustezza - È la larghezza della linea di testo, di un titolo su una o più colonne, di ogni elemento grafico da disporre in pagina.

Gossip - È il pettegolezzo sulla vita privata dei cittadini. Il nuovo giornalismo è incentrato sul pettegolezzo. Ma anche il gossip deve rispettare la veridicità.

Inchiesta - È una indagine approfondita su un fatto, un argomento un problema. Fare una inchiesta significa andare dentro e oltre la notizia. Nell'inchiesta il giornale è impegnato in prima persona, diventa fonte di una indagine esclusiva.

Intervista - È un colloquio tra un giornalista e un interlocutore che lo ha accettato conoscendone le finalità. Deve essere leale anche se lo scopo è scoprire la verità o informazioni che l'interlocutore è restio a fornire. Il giornalista deve pubblicare fedelmente parole e concetti e punti di vista dell'intervistato, tra virgolette o riassunto.

Lead - È il periodo iniziale, l'attacco di un articolo che contiene i dati significativi e risponde alle cinque W inglesi, chi, che cosa, quando, dove e perchè.

Mass media - Sta per comunicazioni di massa che si rivolgono ad un pubblico estremamente largo. Media è usato al posto di mass media anche per indicare un solo mezzo (*dal latino, si legge come si scrive*).

Media event - Media viene dal latino, per questo si pronuncia come si scrive (evitando l'errore che si fa anche per fashion, pronunciando "fashion"). I media event sono notizie non vere o parzialmente vere, manipolate e create per spingere l'opinione pubblica in una certa direzione. Umberto Eco ne parlò spiegando come l'informazione sia già dagli anni Ottanta "rielaborata" ad uso e consumo di interessi di comunicazione. Spetta al giornalista spiegare al lettore i passaggi che un fatto oggi vive prima di arrivare sul giornale alle volte diventando appunto evento.

Notiziabilità - Gli studiosi di mass media intendono la capacità di un fatto o di un avvenimento di trasformarsi in notizia.

Notizia globale - La notizia si globalizza. Le stesse notizie arrivano ovunque, con la stessa trattazione, le stesse immagini e partendo dalla stessa fonte. Il caso mucca pazza è un modello di notizia globale. Un po' come la Coca Cola. La bevono a New York e in Africa. In città e nei villaggi, ricchi e poveri. Siamo tutti globalizzati, quando beviamo Coca Cola o indossiamo le scarpe da ginnastica della stessa marca o vediamo le stesse immagini dell'11 settembre in tv.

News - È singolare. Dall'inglese, notizia.

Plagio - È la falsa attribuzione a sé di opere.

Rubrica - È quella sezione del giornale dedicata a certi argomenti in maniera sistematica.

Scoop - È una notizia esclusiva che ci si è procurati prima degli altri. Letteralmente un colpo di fortuna.

Segreto professionale - I giornalisti, come i medici, sono tenuti al segreto professionale per quanto riguarda le fonti, cioè devono rispettare la segretezza delle stesse, non svelando i nomi delle persone che hanno fornito loro le notizie.

Share - È la percentuale di utenti di una certa trasmissione sul totale degli ascoltatori.

Spalla - L'articolo posto con il titolo in alto a destra.

Taglio - È la posizione degli articoli non collocati in testa di pagina. Taglio alto è il titolo impaginato sopra la metà della pagina, taglio medio è quello sulla metà, taglio basso quello sotto la metà.

Tabloid - In inglese significa "succinto". I tabloid si differenziano dai quotidiani tradizionali per il loro formato più piccolo. Il primo giornale a fare ricorso al formato tabloid è stato La Repubblica, nel 1976.

Tiratura - Il numero delle copie di un giornale tirato dalla rotativa, il numero è di solito superiore del venti, trenta per cento alla diffusione reale.

Titolo - Il titolo è la sintesi che evidenzia un articolo. Un titolo è composto da: un occhiello, che lo introduce, il titolo vero e proprio che sintetizza la notizia, composto in caratteri più grandi, il sommario che integra le informazioni del titolo, il catenaccio che dà particolari della notizia.

Villaggio globale - Un termine creato da Mc Luhan per indicare il villaggio creato dai media. Un fatto accaduto a New York, l'11 settembre, è stato visto in contemporanea attraverso la televisione in tutto il mondo riducendolo ad un villaggio.

Ma il “villaggio globale” è solo una parola?

Come si fa a spiegare quanto siamo globalizzati dentro il villaggio delle news? C'è un esercizio molto semplice. Basta guardare la stampa italiana e la stampa estera, giornali inglesi per esempio o americani scegliendo un giorno nel quale il fatto sia importante e internazionale. Prendendo per esempio sempre l'11 settembre, il grande avvenimento globale del XXmo secolo, è stato visto con le stesse immagini in tutto il mondo: Le Monde, Le Monde Diplomatique, The Guardian, Herald Tribune, Il New York Times, El Pais, El Globo, Frankfurter Allgemeine. Per dirla in termini più

semplici, il giovane di Palermo è vestito come quello di Kyoto o di Bollate, giovani e meno giovani ascoltano le stesse canzoni e vedono gli stessi film, le stesse foto dei fatti, leggono le stesse notizie raccolte dalle stesse agenzie di stampa e riprese dalla stessa tv (sovente dall'americana Cnn). La disfatta dei talebani, la cattura di Saddam, le decine di attentati in Israele sono stati raccontati con le stesse immagini in tutti i giornali del mondo. La foto del giovane Carlo, eroe del G8 genovese, è apparsa in tutta Europa (realizzata, tra l'altro, da una agenzia internazionale, la Reuters). Quindi una sola fonte.



Ugo Guarino

Il giornalismo si nutre anche di doveri

Il diritto all'informazione è dettato dall'articolo 21 della Costituzione: «Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto, e ogni altro mezzo di diffusione».

Ma il giornalista ha anche dei doveri: il rispetto della dignità della persona e della verità sostanziale dei fatti, l'essenzialità dell'informazione, la separazione tra pubblicità e notizie pubblicitarie. Gli studenti sognano di fare i giornalisti, di scrivere in prima pagina, come Enzo Biagi e Indro Montanelli, Ettore Mo e di andare sul fronte come tanti inviati di guerra. Non sanno che gli americani hanno catalogato ormai il lavoro del giornalista a quello di un *media workers*, un operaio dell'informazione. Il lavoro si fa per lo più seduti al *desk*, cioè alla scrivania, assemblando materiale proveniente dalle banche dati o da Internet. Per questo è necessario sapersi districare nella massa di informazioni che sono, ormai, alla portata di tutti. La laurea che è oggi richiesta ai giornalisti ha lo scopo di prepararli ad affrontare la professione non più soltanto basandosi sulla loro esperienza di praticanti, facendo i cronisti, ma con cognizione di causa, con una maggiore

Etica e deontologia

conoscenza culturale dei fatti e più preparati sul piano deontologico, cioè delle regole specifiche legate alla professione. I casi di reati deontologici si stanno, purtroppo, moltiplicando. I giornali stranieri ne parlano anche in prima pagina, senza vergogna, anzi dichiarando l'intenzione di salvaguardare il patto di fiducia che esiste tra giornalisti e lettori. Il "New York Times", quotidiano nato a New York a metà Ottocento e legato ad una forte immagine di credibilità giornalistica, ha lo scorso anno licenziato un giornalista, Jayson Blair, che aveva firmato numerosi e importanti articoli, alcuni anche sui reduci dalla guerra in Afghanistan, inventato e realizzato da casa. Aveva copiato e riassembleto pezzi ripresi da altri giornali oppure aveva inventato parti di sana pianta, studiando il materiale fotografico che era stato realizzato per il giornale. Insomma Jayson Blair si era reso responsabile di plagio, perché aveva reso parzialmente credibili i suoi servizi,

senza muoversi e senza nemmeno intervistare le persone di cui parlava negli articoli. Naturalmente aveva mentito anche sulla data che apriva i suoi servizi, cioè la città da cui diceva di scrivere, perché in realtà stava sempre a casa sua. Il "New York Times" ha affidato ad un gruppo di giornalisti il compito di svolgere una inchiesta sugli articoli di Blair per verificare fino a che punto fossero stati copiati e rappresentassero un plagio. Il risultato di questa inchiesta è stato pubblicato in prima pagina l'11 maggio del 2003, con un fondo che dichiarava quanto il plagio (vedi dizionario) rappresentasse un tradimento della fiducia che i lettori devono avere per il proprio giornale. Sulla cattiva stampa, cioè della stampa che non rispetta la verità e fornisce al lettore informazioni non veritiere in parte o in toto, che non distingue la pubblicità dalla notizia, anche il francese "Le Monde" ha lo scorso anno pubblicato un inserto intitolato "Il giro

del mondo in ottanta giornali" ("Le Monde", 5 dicembre 2003). La domanda era: può esistere oggi una stampa libera pur sotto le pressioni sempre più forti di un potere economico che vuole rendere i giornali produttori di profitti più che di notizie. Esistono ancora i lettori? Come scrisse Umberto Eco già negli anni Settanta e poi negli anni Ottanta le notizie sono sempre più dei fatti-evento. Cosa significa questo? Che per conquistare uno spazio nei media sovraffollati si trasformano le notizie in fatti eccezionali, sempre più gonfiati, artefatti, altrimenti non vengono pubblicate. Il giornalista oggi deve affinare le sue capacità per comprendere come e quanto le notizie siano gonfiate o inventate per essere poi pubblicate. Il lettore odierno è stato abituato ad una attesa spasmodica del "mostro in prima pagina", cioè si direbbe del fatto eccezionale. Il lettore che vede i fatti in televisione ha acquisito un vizio, quello dell'angolatura sempre sorprendente delle notizie, quelle visivamente più "chocanti". Per questo è diventato necessario leggere i fatti in modo critico, cioè confrontarli su più giornali. Solo così si sveleranno.

INFORMAZIONE
HO DETTO I
NON
IN - FORMAZIONE !!!



PER SAPERNE DI PIÙ / 3

Le sezioni del giornale

Le pagine in cui si divide un giornale sono, in linea di massima, queste.

La prima pagina contiene le notizie più importanti in Italia e nel mondo, gli editoriali, i commenti, le foto e i richiami dei servizi più importanti.

Le pagine che seguono contengono

**l'attualità
e lo sviluppo
dei temi di prima
pagina**

**italiani
o stranieri**

a seconda dei casi, con interviste, dati e approfondimenti. Seguono

gli esteri

la politica

la cultura

gli spettacoli

Infine

le opinioni

lo sport

Cos'è l'informazione di "confine"

Da qualche anno i quotidiani nazionali hanno creato anche dei "dorsi" regionali, che sono un giornale nel giornale, con meno pagine, ma tutto dedicato agli avvenimenti delle varie città in cui nascono, per ora non sono in tutte le città, ma solo nelle principali.

E a periodicità varia i quotidiani pubblicano gli inserti su varie tematiche, quali mostre, fiere, manifestazioni culturali o economiche. Questi inserti contengono una informazione definita di confine, perché ha sovente a che fare con la parte più pubblicitaria delle notizie.



La pubblicità è a pagamento. L'informazione no.

Il problema del nostro Paese è la commistione pubblicità informazione, cioè la non separatezza dei due contenuti all'interno dei giornali. I media devono rispettare un principio basilare ed elementare: la pubblicità è a pagamento, l'informazione no. La pubblicità nei giornali deve essere chiara, palese e ben riconoscibile, dunque distinta dall'informazione. Questo prescrive la legge. La pubblicità va segnalata al lettore con segni grafici, riquadri, filetti neri di contorno e l'indicazione "informazione pubblicitaria". Il lettore deve avere subito la possibilità di distinguere i due contenuti, quale è a pagamento e quale invece una libera scelta. Accade ormai sovente che citazioni di marche, prodotti, insomma beni di vario genere vengano citati nelle didascalie, nei box, negli articoli stessi e che queste citazioni siano in realtà solo forme di pubblicità. Non è facile per un lettore comprendere fino a che punto una citazione sia una libera scelta. Per questo si parla di patto di fiducia tra lettori e giornalisti. La pubblicità è uno spazio che utenti pubblicitari, aziende e società acquistano tramite agenzie specializzate per avere il nome sul giornale e

promuovere i prodotti commerciali. Anche questo è un diritto e va rispettato. Questi proventi aiutano il giornale a vivere. Ma l'informazione è una libera scelta del giornale e dei suoi giornalisti. Le due attività devono restare ben distinte e separate, in modo che non si influenzino a vicenda e in modo anche che i lettori sappiano distinguere se la citazione di un prodotto è una libera scelta giornalistica, che ha per contenuto una valutazione critica, oppure se è dentro uno spazio commerciale, quindi pagato, il cui obiettivo è completamente diverso, perché è quello di vendere. I direttori dei giornali sono responsabili per legge della correttezza delle informazioni, ma anche di quella della pubblicità. Un giornale non può pubblicare una pubblicità menzognera. I giornali non possono trasformare il lettore in un consumatore, perché in questo modo non si rispetta il diritto dei cittadini all'informazione. Per questo la legge prescrive che il giornalista non si occupi di pubblicità, non faccia lui stesso pubblicità, apparendo in televisione a fianco di prodotti, e ovviamente non si faccia mai pagare per dei servizi. C'è già il giornale che lo paga.

Scrivere vuol dire rispettare la verità

La scrittura sarà una delle abilità più ricercate nei prossimi anni. Bisognerà, però, smettere di pensarla solo come mezzo esclusivo dei giornalisti o degli scrittori. Lo scrivere è una qualità buona per qualunque lavoro, molto richiesta. Può servire anche per superare in fretta lo scoglio della disoccupazione (perché per trovare un lavoro bisogna saper scrivere un curriculum che si distingua dagli altri).

La società contemporanea ha bisogno di comunicare in modo efficace e in fretta. La scrittura giornalistica sembra essere quella che meglio si adatta ad una società veloce e globale.

Ma la scrittura giornalistica ha a che fare con i contenuti, anzi con una vastità di contenuti, che è stata illimitatamente espansa da quel mezzo che è Internet. Migliaia di argomenti e la possibilità di scegliere svariate versioni dello stesso argomento.

Che fare? Qual è quella giusta? Cioè da dove viene la notizia, il fatto, l'argomento? Da una fonte attendibile o si tratta di un fatto inventato? Queste sono le questioni che affronta chi scrive di fatti oggi.

Imparare a scrivere è, invece, un'arte da costruire con passione e molta disciplina. Bisogna rispettare la verità, ma avere anche estro. Divertirsi e impegnarsi con serietà. Informarsi è utile, divertente ma anche faticoso. Nessuna delle due specificità va mortificata. Altrimenti non si raggiunge l'obiettivo del comunicare.



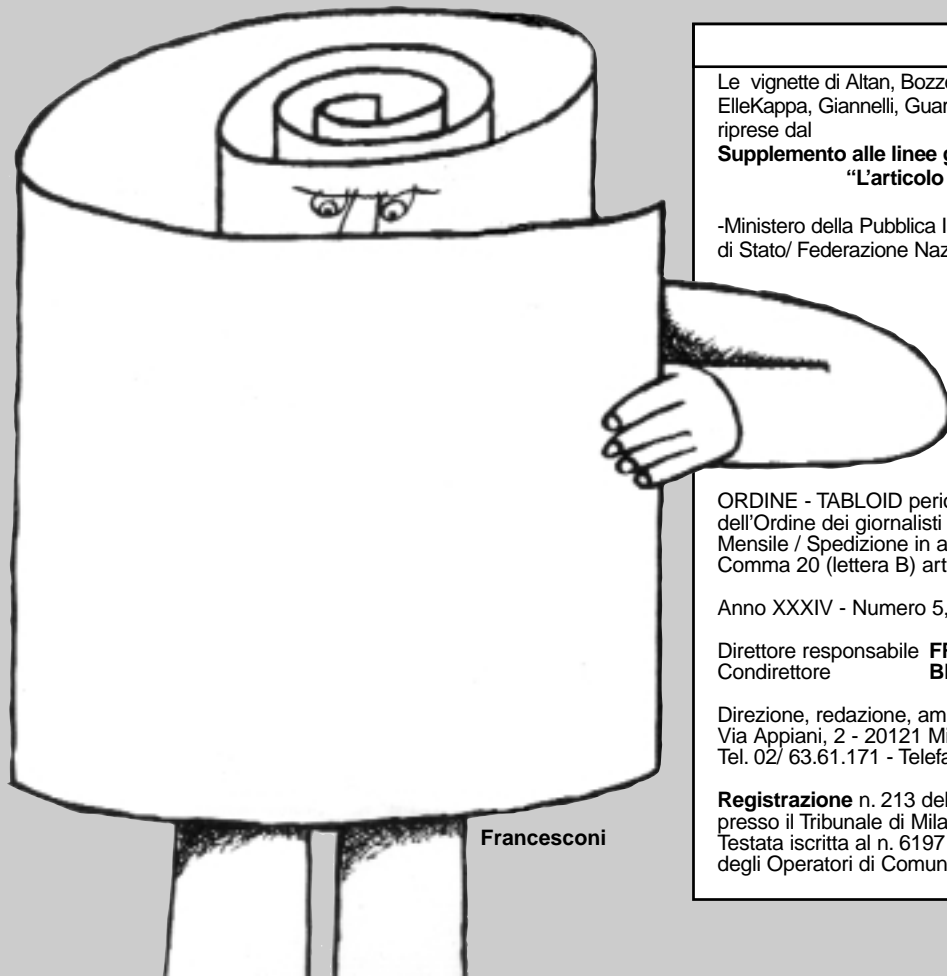
L'AUTRICE



Paola Pastacaldi, giornalista professionista, inviato speciale della Mondadori, è docente di Analisi critica e comparata della stampa italiana e straniera all'Università Cattolica "Sacro Cuore" e alla Statale di Milano. È autrice, con Bruno Rossi, di "Vorrei essere trasmesso. Cosa pensano i bambini della televisione", Salani Editore.

BIBLIOGRAFIA

- Enciclopedia della televisione, a cura di Aldo Grasso, Garzanti, Milano, 1996
Karl. R. Popper Cattiva maestra televisione, a cura di Giancarlo Bosetti, Marsilio, Venezia, 2002
Ignacio Ramonet, La tirannia della comunicazione, Asterios Editore, 1999
Umberto Eco La fenomenologia di Mike Bongiorno, in Diario Minimo (Bompiani, Milano, 1981)
Susan Sontag, Sulla fotografia, Einaudi, Torino, 1992
Roland Barthes, miti d'oggi, Einaudi, Torino, 1974
Roland Barthes, La camera chiara, Einaudi, Torino, 1980
Tobias Jones, Il cuore oscuro dell'Italia, Rizzoli, Milano, 2003
Paolo Murialdi, Come si legge un giornale, Laterza Bari, 1982
- Letteratura**
Evelyn Waught, Inviato Speciale, Guanda, 2002
Arto Paasilina, L'anno della lepre, Iperborea, Milano, 1994
Diritto e Giornalismo
Franco Abruzzo, Codice dell'informazione, Centro Documentazione Giornalistica, Roma 2003.
- Web**
www.odg.mi.it
- Riviste**
Problemi dell'informazione (Il Mulino).



Le vignette di Altan, Bozzetto, Chiappori, Francesconi, Disegni, ElleKappa, Giannelli, Guarino, Nidasio, Staino, Vauro sono state riprese dal

Supplemento alle linee guida sull'esame di stato 2000-2001 "L'articolo di giornale"

-Ministero della Pubblica Istruzione/ Coordinamento per l'esame di Stato/ Federazione Nazionale della Stampa Italiana.

ORDINE - TABLOID periodico ufficiale del Consiglio dell'Ordine dei giornalisti della Lombardia
Mensile / Spedizione in a. p. (45%)
Comma 20 (lettera B) art. 2 legge n. 662/96 - Filiale di Milano

Anno XXXIV - Numero 5, maggio 2004

Direttore responsabile **FRANCO ABRUZZO**
Condirettore **BRUNO AMBROSI**

Direzione, redazione, amministrazione
Via Appiani, 2 - 20121 Milano
Tel. 02/ 63.61.171 - Telefax 02/ 65.54.307

Registrazione n. 213 del 26 maggio 1970
presso il Tribunale di Milano.
Testata iscritta al n. 6197 del Registro
degli Operatori di Comunicazione (ROC)