

© 2008 Edizioni Lapis
Tutti i diritti riservati

Edizioni Lapis
Via Francesco Ferrara, 50
00191 Roma
tel: +39.06.3295935
www.edizionilapis.it
e-mail: lapis@edizionilapis.it
ISBN 978-88-7874-097-6

Il software “Il mio giornale” è stato realizzato da



IdeeDigitali snc

Viale Europa 145 - 50126 Firenze
www.ideedigitali.com

Il CD-Rom allegato costituisce parte integrante di questo libro
e non può essere commercializzato separatamente.

Progetto grafico e impaginazione di Manuela Cordella

Finito di stampare nel mese di settembre 2008
presso Tipolitografia Petruzzi Corrado & C. snc
Zona industriale Regnano - 06011 Città di Castello (PG)

Il mio giornale

Manuale per giornalisti in erba

illustrazioni di Francesca Rossi

Introduzione

Ha scritto un giorno il direttore di un importante settimanale americano ai suoi redattori: «Ricordatevi che noi non possediamo i lettori né il loro tempo, dobbiamo conquistarli entrambi».

Dietro queste parole che valgono per tutti i giornali del mondo c'è la corsa, l'inseguimento continuo, lo sforzo quotidiano del giornalista per arrivare al lettore, raggiungerlo, incuriosirlo, interessarlo.

Senza questo incontro non esisterebbe l'informazione, cioè il mondo dei media che non è soltanto la carta stampata, ma anche televisione, radio, Internet, notizie che viaggiano sugli schermi dei telefonini o su altri supporti tecnologici. Un mondo complesso e in rapida evoluzione.

I giornalisti si muovono in questa realtà con l'obiettivo di riferire attraverso le parole, le voci o le immagini, le cose che succedono nel modo più preciso e fedele possibile. È stato detto anche che: «I guai peggiori non li provoca colui che racconta quello che sa, ma colui che racconta più di quello che sa».

Dunque ascoltate, guardate e leggete il mondo se volete raccontarlo. Parlate con gli altri: sono loro che dovrete andare a scoprire, decifrare, inseguire, aspettare, veder partire. Non importa se scriverete su un grande quotidiano o sul giornalino della vostra classe.

Certe regole attraversano le testate, i luoghi e i fatti senza cambiare.

Ha scritto un grande inviato come Ryszard Kapuscinski:

«Nel nostro lavoro tutto dipende dagli altri, se non ci dicono una certa cosa non sapremo cosa pensino, se non accettano di portarci in un dato posto non arriveremo mai, se non ci danno da mangiare patiremo la fame...».

Da Ryszard Kapuscinski, *Autoritratto di un reporter*, Feltrinelli

Fare i cronisti non significa soltanto scrivere, ma prima di tutto cercare, interrogare, capire. Alla fine, scrivere.

Ci saranno momenti in cui dovrete aspettare che succeda qualcosa, altri in cui correrete per ricostruire, attraverso le testimonianze delle persone, quello che è già avvenuto.

Preparatevi a restare svegli se c'è un aereo che non decolla e viaggiatori arrabbiati all'aeroporto, ad essere buttati giù dal letto una mattina per l'allarme in un museo, per un corteo di protesta, per una fuga dallo zoo, un incendio, un arresto, un delitto, una tempesta o mille altre storie che passano dal pianeta, dalla vostra città, dalla scuola o soltanto dalla finestra di casa vostra.

“Gli altri” sono le facce che vedrete piangere o ridere, emozionarsi o restare di ghiaccio davanti alle ventate improvvise della vita. Non dovete mai perderli di vista, non dovrete smettere di cercarli. Fare i cronisti significa riferire una frazione di tempo molto limitata, con tutte le complessità, le storie piccole, piccolissime o grandi.

Sarà come girare la manopola della radio e abbassare il volume della vostra

voce per cogliere meglio tutte le altre che vi stanno intorno, per ascoltare anche i respiri che non vengono fuori, le lacrime o le gioie e riuscire a trasformarle in parole.

Dovrete cercare di catturare i particolari, quelle cose che sfuggono normalmente ai passanti e che invece sono magari decisive nella comprensione di un fatto: i dettagli a volte cambiano le storie, ci permettono di vedere più in là e meglio.

Preparatevi a cogliere al volo le differenze, dentro i libri, al cinema, a teatro, alla televisione e nelle cose di tutti i giorni, guardando gli alberi o il traffico sui viali, la gente che entra o esce dalle stazioni.

I giornalisti sono degli osservatori in movimento continuo, quindi non stancatevi di viaggiare, di consumare le scarpe e le cuccette sui treni, le poltroncine sugli aerei, i sedili dei bus o soltanto i pedali della bicicletta girando per la vostra città.

Ci sono notizie che cambiano il mondo e i governi, altre che cambiano le abitudini degli inquilini di un condominio: sono tutte importanti, passano tutte dalle stesse regole e da una stanza, la redazione, dove lavorano cento giornalisti o uno solo.

Allenatevi a fare domande, ad ascoltare le risposte, scavate, non smettete di chiedere. Perché non si comprende mai tutto, mai del tutto, mai fino in fondo. Perché avere in testa ancora una frase che finisce con un punto interrogativo vi aiuterà non soltanto nel lavoro, ma in generale nella vita, a non fermarvi a quello che avete sotto gli occhi.

Siate curiosi e affamati del nuovo senza dimenticare il vecchio, perché nelle radici di ieri c'è già un po' di futuro.

In queste pagine non vi insegneremo a diventare giornalisti professionisti, per quello ci sono già le scuole, i corsi universitari, le redazioni.

Per quello sarà necessario crescere ancora un po'.

Vogliamo darvi però qui le informazioni e l'attrezzatura per mettervi in grado di realizzare un vostro giornale. Un foglio che poi potrete stampare e far leggere agli altri.

Considerate dunque i capitoli che seguono come una palestra: vi aiutiamo nei primi allenamenti, vi diamo qualche suggerimento, un po' di "dritte" generali.

Dei fogli per catturare i lettori? Sembra un controsenso nell'epoca del web, dei blog, dei videofonini, delle reti wi-fi. Invece scoprirete che un giornale è qualcosa di unico che non esclude gli altri media, anzi li integra, li completa. Non è affatto in conflitto.

Lo stesso lettore che sfoglia il quotidiano di carta si tiene aggiornato anche con la tv, con la radio o con le news che viaggiano sulla rete Internet.

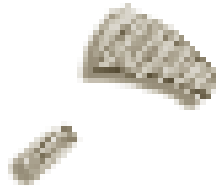
Qui vi proponiamo di realizzare un giornale off line, che potrete stampare quando vi pare passando dal computer alla carta e che potrete distribuire agli amici o a chi volete, scegliendo voi argomenti e fotografie.

Sia che parlino della squadra del cuore, di un'associazione, della vostra scuola o della rock band del momento, quelle pagine che avete pensato e poi realizzato hanno una storia lunga, cominciata centinaia di anni fa.

Andiamo a vedere come.

Capitolo 1

La redazione



Dalla tipografia alla redazione

PRIMA TAPPA: LA TIPOGRAFIA

Partiamo dalla fine. Da quel pacco di quotidiani chiusi con il filo di plastica che alle sei del mattino il camion della distribuzione scarica davanti all'edicola. La città si sta per svegliare, nelle strade c'è poco traffico, le luci dei lampioni sono ancora accese.

I giornali hanno viaggiato di notte, freschi di inchiostro, per arrivare puntuali all'appuntamento del mattino. Adesso sono in pila davanti all'edicola, mucchietti di trenta, cinquanta, cento copie.

Dalla *Repubblica* al *Corriere della Sera*, dalla *Gazzetta dello Sport* alla *Stampa*, al *Messaggero* e a molti altri. Fotografie a colori e grandi titoli in prima pagina sono il resoconto del giorno che è appena passato con le storie che si è portato dietro: rivolte, guerre, trattative di pace, riunioni politiche, crisi economiche, reportage dall'Africa e dall'America, personaggi emergenti, grandi concerti, interviste ad attori o cantanti, i risultati delle partite, riflessioni e molto altro.

Cose che ci riguardano perché toccano la nostra vita o le vite degli altri. Notizie che magari in parte ci sono già arrivate attraverso le immagini della televisione o che abbiamo catturato dai siti internet, ma che sul giornale possiamo trovare con approfondimenti, nuovi particolari o semplicemente con un linguaggio diverso, una ricostruzione accurata su cui ci possiamo

soffermare. Articoli da leggere, rileggere, sfogliare prima di ripartire in un momento qualsiasi della nostra giornata.

Cominciamo allora dalla fine: dai quotidiani che stanno impilati lì accanto all'edicola ancora chiusa e che fra poco saranno venduti a un euro l'uno. Ventiquattr'ore fa non esistevano, c'era soltanto una lunga bobina di carta bianca arrotolata, ferma in qualche ingranaggio della rotativa (la macchina che stampa i giornali).

Per arrivare a quegli articoli, racconti, storie, fotografie e inchiostro è stato necessario il lavoro di tante persone, di una intera redazione: non solo giornalisti, ma archivisti, grafici, impiegati, centralinisti, fotografi, pubblicitari. Allora seguitemi nel viaggio, stiamo per entrare nella "fabbrica delle news" dalla porta della **tipografia**.

Immaginatevi un palazzo, né troppo bello né troppo alto, con un grande piazzale sul retro, dove i tir della distribuzione possono parcheggiare. È lì che alle prime ore del mattino, quando ancora è buio, le copie del giornale vengono caricate sui furgoni e portate alle edicole, ai bar tabaccheria, ai supermercati.

Da qualche ora, più o meno dalle undici di sera, da mezzanotte o dall'una (dipende dall'organizzazione di ciascuna azienda), la **rotativa** gira e sforna pagine che messe insieme diventeranno il quotidiano. Migliaia di copie.

I tipografi, decine di tipografi, sono all'opera.

Accendono le macchine,
sostituiscono i pezzi,
cambiano i rulli. Sono

entrati in azione appena il giornale è stato dichiarato “chiuso”, cioè finito. Il via libera lo ha dato il caporedattore o il direttore e mentre i giornalisti possono andare a dormire, in una immaginaria staffetta, passano il testimone ai tipografi che cominciano a notte fonda il loro turno di lavoro per stampare il giornale.

SECONDA TAPPA: LA REDAZIONE

Facciamo un balzo indietro di dodici ore.

Mettiamo le lancette dell'orologio alle 10.30 o alle 11 del mattino ed entriamo nella redazione di un grande quotidiano nazionale, cioè negli uffici in cui si costruisce, notizia dopo notizia, il giornale.

Il nostro palazzo ha diversi piani e sugli ascensori a ogni piano o lungo i corridoi c'è l'indicazione delle redazioni e degli argomenti di cui si occupano: per esempio, esteri al secondo piano, economia al terzo, politica e cultura al quarto, sport, segreteria, archivio e via dicendo.

Poi c'è la stanza della riunione, grande, con un tavolo lungo, molte sedie, maxi schermi alle pareti, tv, computer e impianti telefonici che permettono di collegarsi in vivavoce (o a seconda delle esigenze in videoconferenza) con gli uffici dei corrispondenti dall'estero, con le altre redazioni o con i giornalisti che si trovano fuori e che devono essere contattati subito. Naturalmente non c'è una regola fissa, non tutti i giornali sono organizzati in questo modo, ma il nostro sì, ce lo immaginiamo così.

Quando il direttore inizia la riunione ci sono i capiredattori, gli inviati, un po' di **cronisti**. Non tutti, per la verità. Se guardate bene per le scale vedrete che alcuni stanno già uscendo: uno va in questura, un'altra al palazzo di giustizia, un terzo è diretto nella sede della Regione. Altri seguono una loro

pista, hanno un appuntamento per una conferenza stampa, indagano sulla segnalazione di un lettore, sul suggerimento di un informatore.

Ci sono poi i giornalisti all'estero, negli uffici di corrispondenza (per esempio a New York, a Parigi, a Londra, a Tokyo) o in giro per il mondo, nei luoghi in cui è successo o sta per succedere qualche fatto.

Naturalmente tutto questo avviene nei grandi quotidiani a diffusione nazionale, per esempio a *Repubblica*, alla *Stampa* o al *Corriere della Sera*; i giornali locali si concentrano invece sulla cronaca dell'area in cui sono distribuiti: la città, la provincia, la regione.

La struttura è quindi più piccola, i meccanismi sono gli stessi, ma su una scala ridotta.

LE CRONACHE

Apriamo una porta ed entriamo in una stanza: ci sono diverse scrivanie con telefono e computer. Alcune sono molto ordinate, altre piene di fogli, libri, ritagli di carta, appunti, block-notes, fotografie.

Ci sono giornalisti che stanno leggendo i quotidiani, non solo quello per cui lavorano, ma anche gli altri. Confrontano le notizie: quali sono state date, come sono state sistemate nelle pagine, chi riporta più particolari.

Si accendono i computer, cominciano a scorrere sugli schermi le news dalle **agenzie** o dal web, si avviano i programmi di posta elettronica e dalle e-mail possono arrivare segnalazioni, comunicati, inviti a conferenze stampa.

Altre scrivanie sono vuote. I giornalisti non ci sono. Malati? No, li abbiamo visti uscire: sono in giro per la città in cerca di notizie. È la stanza della **cronaca nera e giudiziaria**. Ora chi si occupa di questo settore è fuori a fare i cosiddetti "giri", cioè a cercare di raccogliere informazioni dalle forze dell'ordine, da quelle di soccorso, in procura, presso gli studi degli avvocati o

là dove c'è stata una sparatoria, una rapina, dove è successo qualcosa che ha a che fare con i reati, fatti di sangue, incidenti.

Il cronista di nera va nei luoghi in cui sono stati commessi i delitti, parla con chi indaga e con eventuali testimoni, quello di giudiziaria segue le udienze dei processi, ascolta accusa e difesa, si occupa delle inchieste della magistratura.

I cronisti di bianca e di nera devono muoversi con grande attenzione e sensibilità perché in certe situazioni anche una domanda di troppo, una curiosità invadente può ferire o risultare inopportuna.

Lasciamo questa stanza e passiamo a quella accanto.

Qui ci sono i cronisti di "bianca", cioè quelli che si occupano di politica, di scuola, di salute, di raccogliere storie sulla società e sui suoi mutamenti.

Per esempio, c'è uno che sta telefonando all'Istat, l'istituto che si occupa delle statistiche, perché ha visto che in un recente rapporto è scritto che le nascite in Italia sono in calo e vuole indagare su quali siano le cause di questo fenomeno.

C'è un altro che intervista un chirurgo sulle donazioni degli organi a livello nazionale: anche la sanità fa parte della **cronaca bianca**. Un altro ancora è diretto a una **conferenza stampa** del rettore che spiegherà perché ha deciso di aumentare le tasse di iscrizione all'università. Un giornalista sta andando in Parlamento perché nella seduta in programma oggi si deve votare una legge molto importante sull'immigrazione. Politica, scuola, sanità, traffico, ambiente, povertà, consumi... sono tutti argomenti di cronaca bianca.

LO SPORT, L'ECONOMIA, GLI ESTERI, GLI SPETTACOLI E LA CULTURA

Proseguendo lungo il corridoio o salendo qualche rampa di scale, in altre stanze troviamo la **redazione sportiva**.

Ovviamente non segue soltanto il calcio, ma un po' tutte le discipline, tenendo però conto nella scala di importanza dei gusti del pubblico.

In Italia il calcio è lo sport più seguito, quindi se vogliamo cogliere gli interessi di una fetta importante di lettori dobbiamo dare molto spazio alle squadre che giocano a pallone.

La scelta sarebbe diversa se ci trovassimo negli Stati Uniti, dove gli sport più seguiti sono il baseball, il football americano, il basket. I cronisti sportivi che seguono il calcio, la domenica vanno allo stadio per vedere la partita e poi intervistare allenatori e giocatori, nel resto della settimana seguono gli allenamenti e gli spostamenti delle squadre.

Continuiamo la nostra esplorazione nella "pancia" del giornale: ci sono altri settori, come la **cultura**, dove i giornalisti si occupano di recensire un libro o di descrivere una mostra, di intervistare un intellettuale o uno scrittore, un artista, un gallerista.

Accanto troviamo gli **spettacoli**: lì c'è qualcuno che ha preso contatti per parlare con un cantante, un attore o un produttore cinematografico e altri che commentano l'ultimo disco, l'ultimo film o il debutto di uno spettacolo teatrale.

Non c'è in tutti i giornali, ma nelle redazioni centrali dei quotidiani nazionali non manca di sicuro ed è un settore molto importante: la stanza degli **esteri**. Qui si vedono poche facce, molti pezzi vengono dai corrispondenti che si trovano in altri Paesi.

Fra questi ci sono anche i **corrispondenti** o i **reporter di guerra**, quelli aggregati o meno agli eserciti che sono in missione in aree magari pericolose, dove è difficile non soltanto scrivere, ma anche comunicare.

Ryszard Kapuscinski, ha scritto: «Il viaggio a scopo di reportage esclude qualsiasi curiosità turistica (...) è un modo di viaggiare senza un momento di relax, in continua concentrazione e raccoglimento. (...) Il viaggio del reporter fuori dall'Europa e dagli Usa, è un viaggio duro, spesso micidiale poiché nel resto del mondo le comunicazioni sono male organizzate. Il reporter deve affrontare un'enorme fatica logistica, fisica e intellettuale. Nel mio ultimo viaggio in Africa ho perso dieci chili. Nell'ultimo viaggio in Asia, sei.

Chi venendo a sapere che un reporter è stato in Congo gli dice: "Ci sono stato anch'io, anch'io l'ho visitato" parla di una cosa completamente diversa».

Da Ryszard Kapuscinski, *Autoritratto di un reporter*, Feltrinelli

Un'altra stanza del quotidiano è quella dell'**economia** dove “abitano” i giornalisti che si occupano dell'aumento o della diminuzione dei prezzi, di quello che succede nelle fabbriche, nel mondo del lavoro, dell'impresa, della borsa, della finanza, del sindacato.

QUELLI DI INTERNET

Molti giornali hanno un settore vero e proprio dedicato al cosiddetto “on line”, cioè alla versione internet del quotidiano di carta, con giornalisti esperti nei nuovi media.

La versione on line è completamente diversa nel taglio e nella scelta delle notizie da privilegiare da quella che viene stampata, soprattutto è in continuo aggiornamento: se visitate il sito *www.repubblica.it* o *www.corriere.it* o *www.lastampa.it* la mattina e poi provate a tornarci due ore dopo o nel pomeriggio troverete che le news sono state cambiate e che molti articoli e fotografie o video sono stati sostituiti da altri arrivati “freschi”.

Le **redazioni internet** sono in grande sviluppo, ma il fatto stesso che in Italia i siti più visitati e di riferimento per l'informazione siano nell'ordine *www.repubblica.it* e *www.corriere.it* cioè i siti collegati ai due principali quotidiani italiani, fa capire che digitale e carta non si escludono, ma si possono completare a vicenda.

Se sfogliate attentamente *La Repubblica*, troverete spesso, accanto agli articoli e alle inchieste, un box con una serie di link, cioè suggerimenti di indirizzi in rete da visitare per chi volesse leggere degli approfondimenti o esplorare blog con delle testimonianze dirette.

I **blog** sono dei diari, sono delle pagine web che ciascuno può costruire, in alcuni casi sono diventati importanti fonti di informazione: per esempio per capire come la guerra in Iraq è vista con gli occhi dei soldati in prima

linea (non facilmente avvicinabili dai giornalisti), si possono leggere i blog dei militari inglesi e americani.

Le redazioni internet sono un crocevia di linguaggi: producono non soltanto articoli che mettono in linea sul web, ma anche video e audio, gallerie fotografiche, simulazioni al computer, tutto quello di cui la tecnologia dispone per raccontare al meglio un avvenimento.

Ecco, il giro delle redazioni è finito. Possiamo tornare alla stanza dove si stavano riunendo il direttore e gli altri giornalisti.

LA RIUNIONE

Tutti hanno passato almeno un'ora a leggere i giornali, il proprio e quelli concorrenti. Hanno visto se gli altri avevano più notizie, magari un'esclusiva, un'intervista, una foto diversa.

La lettura della concorrenza aiuta anche a capire se ci sono spunti che il giorno prima si sono sottovalutati e che invece ora si potrebbero sviluppare.

10:30 Insomma, la **rassegna stampa** è il primo esame della giornata.

Finita la ricognizione, si controlla l'agenda del giorno: appuntamenti, conferenze, annunci.

Poi inizia la riunione.



Ogni giornale è organizzato in maniera diversa: ci sono quelli in cui tutti possono intervenire e proporre articoli e approfondimenti, altri dove invece questo ruolo spetta solo ai capiredattori, che a loro volta hanno già ricevuto segnalazioni e suggerimenti dai cronisti. Nella riunione si discute e si progetta il giornale che si andrà a fare nelle ore successive.

Intanto, però, nel palazzo ci sono anche altre persone che lavorano.

La **segreteria di redazione** si occupa per esempio di preparare l'agenda, di organizzare le trasferte degli inviati prenotando alberghi e voli, ricevere e saldare le note spese. Altri impiegati organizzano il **servizio abbonamenti**, altri ancora mandano avanti il **lavoro amministrativo** di un'azienda che deve ordinare le materie prime (carta, inchiostro...), pagare i fornitori, incassare dagli edicolanti.

I **pubblicitari** vendono gli spazi delle inserzioni sulle pagine del quotidiano: in pratica si mettono d'accordo con un'azienda perché la sua pubblicità venga stampata in una certa pagina e in una determinata grandezza.

In base allo spazio venduto, il giornale incassa del denaro.

Ormai nei quotidiani la pubblicità rappresenta più di metà dei ricavi totali.

Al lavoro ci sono quindi tante persone che non firmeranno mai un articolo, ma senza le quali il giornale non potrebbe mai arrivare in edicola.

La mattinata ormai è alla fine. La riunione di redazione è conclusa.

12:30

I servizi sono stati assegnati, le notizie affluiscono, direttore e capiredattori iniziano a disegnare il giornale, mentre i cronisti cercano, cercano, e cercano ancora. Cosa? Altre notizie, che sostituiranno quelle che la mattina sembravano già sicuramente in pagina.

Un lavoro continuo di aggiornamento, uno sforzo incessante per seguire gli eventi nella loro evoluzione.

Nel pomeriggio i **redattori** riferiscono quello che hanno trovato, si fa un'altra riunione (in genere più snella e veloce) e il giornale prende sempre più forma. Si scrivono gli articoli che vengono riletti e corretti. Solo a quel punto si fanno i titoli e si scelgono le fotografie.

16:00

Entra in gioco l'**archivio**, il luogo dove sono conservati tutti i vecchi numeri del giornale e tutte le immagini pubblicate. Gli addetti che ci lavorano sono capaci di frugare fino a trovare quella determinata foto che serve per

illustrare una notizia, magari uno scatto di vent'anni prima o qualcosa di appena arrivato attraverso l'e-mail.

Gli **archivisti** sono importanti anche per un altro aspetto. Gestiscono la memoria storica del quotidiano: tutti gli articoli, suddivisi per autori, argomenti e parole chiave sono ormai digitalizzati e contenuti in un database, cioè un grande contenitore che possiamo interrogare per autore, per data, per settore, per argomento o per parola.

Ora con i computer è molto più facile, ma l'archivio cartaceo era l'arma segreta dei giornali anche quando tutto si faceva a mano.

SIGNORI, SI CHIUDE

- 19:00 È sera. L'attività diventa frenetica, i tempi si restringono, corrono le mani sulle tastiere dei computer.
Manca un particolare alla notizia del giorno, altri fatti sono appena accaduti e non si conoscono ancora bene i contorni. La foto che deve accompagnare il servizio più importante dello sport non va bene, è sfocata e deve essere sostituita. Il grande attore che aveva promesso l'intervista per le pagine degli spettacoli fa i capricci.
- 22:00 Sono le ventidue. Si cambia di nuovo tutto in corsa. Si spostano alcuni articoli, si invertono le pagine, si rifanno i titoli.
Poi, basta. Il giornale deve essere "chiuso".
- 23:00 Manca un'ora a mezzanotte. I **tipografi** sistemano la rotativa.
Dopo poco la macchina inizia a girare. Escono i primi pacchi da cinquanta copie. Sono destinati alle zone di diffusione più lontane. Gli autisti guideranno alcune ore per portare il quotidiano a destinazione.
Se arriva una notizia molto importante, c'è ancora tempo per una "ribattu-

ta". Vuol dire che si cambiano una o più pagine, si rifanno articoli e titoli, si sostituiscono i rulli nella rotativa e si fa partire un'edizione diversa, che sarà venduta solo in alcune edicole, di solito le più vicine alla sede perché sono quelle che vengono rifornite con la parte finale della tiratura. Il pacco da cinquanta copie è sul furgone.

Sono le sei del mattino, lo sappiamo. Si arriva all'edicola.

06:00

La corsa di chi fa un giornale è finita. Ora quelle pagine sono tutte del lettore. Appartengono a chi le compra e le sfoglia.

Hanno detto:

«Quattro giornali ostili sono da temersi
più di mille baionette»

Napoleone Bonaparte

LA ROTATIVA

Per più di tre secoli l'invenzione di Gutenberg, la stampa a caratteri mobili, non conobbe innovazioni tecnologiche sostanziali.

I giornali erano stampati col torchio tipografico, dove ogni singolo foglio veniva inserito per essere impresso stringendo le due parti della macchina. In questo modo si riusciva a stento a raggiungere tirature (il numero di copie stampate di uno stesso numero di giornale) di trecento pagine l'ora.

Molte cose cambiarono nei primi decenni dell'Ottocento.

Prima fu introdotta la stampatrice "piano cilindrica", dove i fogli, grazie a un sistema di rulli, venivano portati su di una lastra da cui venivano impressi. Questo tipo di stampatrice non lavorava più grazie alle braccia dei tipografi, ma era mossa dal vapore.

Le tirature quadruplicarono.

Non era finita qui. Intorno al 1840 fece la sua comparsa una macchina che, insieme alla linotype (vedi pag. 56), avrebbe trasformato il mondo dell'editoria. Era la rotativa.

La novità è descritta già dal nome: grazie a un sistema di rulli e lastre non più piane, ma curve, la carta del giornale scorre rapidamente all'interno della macchina e viene impressa. Ogni lastra curva è la matrice di una pagina.

Grazie a questa macchina, stampare giornali composti da più pagine divenne rapido ed economico.

Nel giro di pochi anni i principali giornali ebbero rotative capaci di produrre ventimila copie l'ora.

Capitolo 2

La notizia

Come si sceglie una notizia

Nella redazione di un quotidiano arrivano tutti i giorni migliaia di notizie, una montagna disordinata di cose successe nel mondo, in Europa, in Italia, nelle città, nei paesi. Scoperte scientifiche, omicidi, arresti, dichiarazioni politiche, nuove leggi, tasse, controlli, gare di calcio, di sport, insomma un marasma di informazioni.

Ma quelle che i lettori leggeranno l'indomani saranno soltanto una piccolissima parte di ciò che è passato sui tavoli o sulle scrivanie.

Qualcuno, dentro la redazione, sceglie che cosa interessa al lettore, quali sono gli argomenti da pubblicare. La crisi economica in Iran, un attentato in Afghanistan, aumenta il prezzo del latte, Nanni Moretti lascia il cinema, Totti la Nazionale, Madonna fa un concerto a Milano, la Fiat annuncia nuove assunzioni, ma anche: il Comune decide di ampliare l'area pedonale del centro, aumentano le iscrizioni nelle scuole, i fuochi d'artificio per la festa del patrono sono soppressi per mancanza di fondi.

Dalle grandi alle piccole cose di tutti i giorni, dagli scenari internazionali a quelli di casa: in base a quali criteri si decide di mettere o non mettere una notizia in pagina?

Cosa spinge a privilegiare una informazione rispetto a un'altra?

Il pensiero è rivolto al lettore finale, lo scopo è sempre quello di catturare

la sua attenzione. **Esempio:** se scriviamo per un giornale sportivo nazionale, non ci interessa se c'è stato un incidente stradale a Pescara con un morto e tre feriti. Se scriviamo per un quotidiano locale, facciamo il caso del *Centro* di Pescara, quell'incidente stradale è, per i nostri lettori, una notizia da privilegiare rispetto al nuovo centravanti acquistato dal Palermo calcio.

Proviamo a indicare i **criteri generali** per una buona scelta:

- 1** la novità
- 2** gli effetti sulla vita dei lettori
- 3** la vicinanza
- 4** la possibilità di ulteriori sviluppi
- 5** l'esclusività

Ora li vedremo uno per uno, tenendo sempre presente che, con la sola eccezione della novità, non esiste una scala gerarchica fissa, ma che i vari criteri devono essere presi in considerazione come se dialogassero tra di loro. È un po' come in un videogioco: bisogna controllare tutti i parametri per svolgere le missioni o i compiti che vengono affidati. Puntare su un unico fattore ci farebbe perdere.

Significa che nella valutazione della notizia non è mai uno solo il criterio che viene seguito, anche se di volta in volta, a seconda delle situazioni, del pubblico, del tipo di giornale, un aspetto diventerà predominante e ci farà prendere una strada rispetto a un'altra.

1 - LA NOVITÀ

La singolarità della notizia è una caratteristica importante. Anzi, potrebbe essere considerato il fattore principale: **se un fatto non è nuovo e insoli-**

to, è difficile che trovi spazio sul giornale. L'esempio classico viene ricordato in un vecchio detto del giornalismo che recita così: il cane che morde l'uomo non fa notizia, l'uomo che morde il cane sì.

In linea generale è vero: tra la notizia di un cane che morde il postino e quella del postino che morde il rottweiler dei signori Bianchi, non c'è dubbio quale sia la cosa insolita. Ma è davvero sempre così? No, e lo sapete anche voi. Per due motivi. Intanto può essere che anche al morso da parte di uno o più cani venga dato molto spazio.

Pensate ad esempio quando al telegiornale o sui quotidiani si parla di razze ritenute feroci e che rilievo viene dato se uno di questi cani aggredisce un bambino o un pensionato. Quindi in questo caso anche il cane che morde l'uomo diventa una notizia. Certo, non lo è di per sé, ma perché si inserisce in un filone, in una serie di fatti che hanno già attirato l'attenzione pubblica e che fanno discutere.

C'è poi un altro motivo per non prendere alla lettera questo esempio. Pensate al giornale che farete voi. Potrebbe essere destinato ai compagni di scuola. Ipotizziamo il caso del cane della signora Verdi, che ha già tirato due piccoli morsi ai ragazzi che passano davanti al suo giardino per non arrivare in ritardo in classe. Capita una terza volta. Merita tutta la vostra attenzione. Un articolo e magari anche degli approfondimenti.

Quindi, attenzione, l'abbiamo sottolineato all'inizio: la regola non è da prendere come un comandamento, ma va interpretata.

L'obiettivo è **saper cogliere la novità** e in questo sarà il cronista cercando, indagando e andando a curiosare sui fatti, a scoprire magari qualche particolare nuovo che rende attuale una notizia "vecchia".

La conoscenza, l'essere aggiornati sui vari argomenti, permette di capire subito quando siamo davanti a qualcosa di insolito, di mai visto. È semplicemente impensabile ritenere di fare i cronisti senza leggere i giornali, senza conoscere il mondo che ci sta intorno, a cominciare dai nostri amici e dai nostri presunti lettori (quando le due categorie non coincidano).

Hanno detto:

«Un articolo di giornale deve dare noia a qualcuno; altrimenti è solo pubblicità»

William Randolph Hearst

2 - GLI EFFETTI SULLA VITA DEI LETTORI

Ci sono notizie che ci toccano da vicino, che cambiano le nostre abitudini. Se il Comune decide di mettere un senso vietato in una strada importante della città, molti automobilisti dovranno fare un percorso diverso per andare a lavorare la mattina. Questa, si capisce bene, è un'informazione utile che i lettori si aspettano di trovare sul giornale.

Altro esempio: l'aumento del prezzo della benzina riguarda tutta l'Italia e giornali a tiratura nazionale, come *La Repubblica*, la metterebbero in prima pagina o comunque in grande evidenza.

L'aumento della tassa dei rifiuti nella città di Milano è invece una notizia che ha un impatto soltanto per gli abitanti di quella città, quindi sempre *La*

Repubblica, che ha anche le pagine di cronaca milanese, metterebbe questa informazione in quella sezione perché riguarda un pubblico più ristretto. Se però l'aumento è il primo di una serie che verranno decisi anche in altre città allora l'articolo potrebbe trovare spazio di nuovo sul fascicolo nazionale.

Quando scegliamo una notizia dobbiamo considerare sempre le conseguenze che quel certo evento ha sulle persone, in particolare sui lettori a cui il nostro giornale si rivolge.

Così ad esempio l'abbassamento da 18 a 16 anni dell'età per poter avere la

patente di guida per l'auto è una notizia da prima

pagina, non soltanto perché riguarda i ragazzi

che hanno quell'età, ma perché in realtà

tocca anche i genitori, i parenti, gli

altri automobilisti che se li ritroveranno

per le strade, le concessionarie di automobili, i vigili

che si occupano della viabilità.

Il discorso diventa ancora più

importante se state costruendo il

vostro giornale. Ipotizziamo che abbiate deciso di creare una **fanzine**

(parola che nasce dall'unione di *fan* e *magazine*, vuol dire in sostanza "rivista amatoriale") dedicata a una famosa rock band.

I lettori a cui vi indirizzate sono gli appassionati dello stesso complesso o anche del medesimo genere musicale. Ecco allora che la notizia di una lite all'interno della band, che avrebbe forse un piccolo spazio sulle pagine degli spettacoli di un grande quotidiano, diventa invece uno degli articoli più importanti del vostro giornale. Perché hanno litigato? Il gruppo dovrà sostituire dei componenti? Si scioglierà? Continueranno la tournée oppure sospenderanno i concerti?

Una conseguenza dell'applicazione di questo criterio nella scelta della notizia diventa poi anche il calcolo del numero di lettori che potrebbero essere interessati. Se il fatto che volete descrivere incide sulla vita di poche persone avrà meno spazio di quello che modifica l'esistenza di migliaia o decine di migliaia di lettori. Ricordatevi però quello che si diceva prima: non si deve tener conto di un solo punto, ma fare una valutazione complessiva.

Quindi, anche un fatto che ha conseguenze sulle attività di molte persone potrebbe cedere il passo nella gerarchia delle notizie a un evento così insolito, così "nuovo" da imporsi per se stesso, come storia che tutti leggeranno al di là delle immediate conseguenze sulla propria vita.

Per intenderci, torniamo all'aumento del prezzo della benzina.

Si candida ad essere la notizia principale della prima pagina. Ma se quello è il giorno dello sbarco dell'uomo su Marte, non c'è partita. Da una parte abbiamo, è vero, una conseguenza diretta sulla vita di tutti i giorni dei lettori; ma dall'altra abbiamo un avvenimento straordinario per la storia dell'umanità e che potrà avere in futuro grandi riflessi a livello scientifico.

3 - LA VICINANZA

La vicinanza è un altro criterio importante. Le cose che accadono vicino a noi, in genere ci riguardano e ci interessano. **La vicinanza geografica è un aspetto decisivo nella scelta della notizia.**

Ipotizziamo due fatti che abbiano la stessa carica di novità. Addirittura immaginiamoci lo stesso fatto: il governo decide di chiudere tutte le scuole per tre giorni. Se si tratta delle scuole e del governo italiani, questo sarà argomento di ampi articoli su tutti i giornali del nostro Paese.

Se l'ordine riguarda la Nuova Zelanda, sugli stessi giornali italiani lo spazio

sarà molto ridotto fino a rischiare di scomparire, a meno che le motivazioni che stanno dietro la scelta del governo neozelandese non siano di per sé un'ulteriore notizia (la scoperta ad esempio, di una epidemia).

Lo stesso discorso si applica per qualsiasi comunità di lettori.

Se scriviamo per un piccolo giornale locale siciliano, difficilmente daremo spazio alle piste da sci chiuse sulle Dolomiti per mancanza di neve.

Se scriviamo invece per un quotidiano di Bolzano, questo può essere l'argomento principale nei giorni della stagione e del turismo invernale.

Il criterio della vicinanza ha molte altre applicazioni, più sottili di quelle che vi abbiamo illustrato finora. Un aereo che cade a Cuba è senza dubbio una notizia che va pubblicata, ma il risalto di questo fatto sarebbe maggiore se sull'aereo ci fossero dei turisti italiani.

Sempre per rimanere in tema di incidenti, se un pullman finisce in un burrone e ci sono dieci morti, la notizia sui giornali italiani avrà spazi decisamente diversi se il fatto è avvenuto su una strada lombarda o se invece è capitato in Nepal e tra le vittime non ci sono italiani. Questo non vuol dire che la vita di un italiano abbia un valore diverso rispetto a quella di un nepalese (o di un cittadino di qualsiasi altra nazionalità). È solo che in questo caso la vicinanza geografica premia un fatto rispetto all'altro.

C'è di più. La vicinanza può essere **sociale** o **psicologica**. Se avete deciso di realizzare un giornale indirizzato ai vostri coetanei, darete spazio a tutte le notizie che riguardano i ragazzi come voi, mentre sarete portati a ignorare quelle che coinvolgono i cinquantenni. Non vi interessa insomma la rifo-

ma delle pensioni, ma dove si vendono i biglietti per il concerto di Vasco Rossi nella vostra città, sì.

La **vicinanza psicologica** è quella legata al protagonista della notizia e alla sua notorietà. Più grande sarà quest'ultima, maggiore importanza verrà data al fatto che lo riguarda. Se la vostra professoressa scivola per le scale, la cosa potrebbe forse avere qualche rilevanza per il giornale di classe (soprattutto se dovrà restare assente per un po' di tempo), ma non arriverebbe nemmeno nelle pagine di cronaca del quotidiano locale.

Se a scivolare è il presidente degli Stati Uniti mentre scende dall'aereo durante una visita ufficiale è certo che troverete la foto su molti giornali non solo italiani, ma anche di altre nazioni. Questo perché la vita di persone famose o importanti allarga il raggio di interesse, si crea una specie di "vicinanza psicologica".

4 - GLI SVILUPPI

Ci sono notizie che nascono e muoiono in un giorno, altre che diventano storie, con una trama a puntate anche lunga settimane e mesi.

Gli sviluppi che un fatto può avere pesano nella decisione di dargli o meno risalto sul giornale. Facciamo un esempio: un gruppo di minatori rimane intrappolato in una galleria. Le forze di soccorso provano per ore a scendere nei cunicoli, ma ci sono enormi difficoltà, pericolo di crolli e una febbrile attenzione della gente. In superficie ci sono ambulanze, polizia, carabinieri, forze della protezione civile ed esperti di geologia.

Ogni volta che una squadra dei vigili del fuoco si cala sottoterra, si crea un clima di attesa e una forte tensione emotiva. Per un giorno intero hanno provato a liberare i minatori, ma ancora a sera non ci sono riusciti.

I lavoratori sono stati localizzati, prigionieri in una galleria, l'indomani i soc-

corritori riproveranno con altre tecniche. Più passano le ore e più la vita dei minatori è a rischio: più cresce la preoccupazione, più la notizia suscita interesse e ansia.

Hanno detto:

«Tutti i giornalisti sono, per via del loro lavoro, degli allarmisti: è il loro modo di rendersi interessanti»

Arthur Schopenhauer

Se i minatori fossero stati subito liberati, il giorno dopo avreste trovato un articolo meno ampio sul giornale; siccome invece la vicenda non si è conclusa, i giornalisti la sviluppano con diversi articoli: la cronaca dell'incidente, le interviste a eventuali testimoni e ai compagni di lavoro dei minatori, i sindacati che parlano delle norme di sicurezza carenti, il capo dei vigili del fuoco che racconta le difficoltà del salvataggio, l'attesa e le lacrime nelle famiglie dei lavoratori.

5 - L'ESCLUSIVITÀ

Al cinema o in televisione vi sarà capitato certo di vederlo. Il giornalista che dice: «Ho uno scoop». Significa offrire una notizia in esclusiva; **qualcosa che domani gli altri giornali non avranno. Può essere un'intervista a un personaggio famoso, la notizia di un arresto, di un'inchiesta della magistratura o qualsiasi altro fatto.**

Avere un'esclusiva ci spingerà a dare maggior rilievo a quell'evento e a lanciarlo per cercare di sbaragliare la concorrenza.

Talvolta la "lotta" tra giornalisti è molto accesa proprio su questo terreno.

L'esclusiva è un bene prezioso, soprattutto se il tema è importante.

La concorrenza non è soltanto fra i cronisti della carta stampata, ma anche con i colleghi degli altri media: tv, radio e Internet.

I quotidiani vengono aggiornati ogni 24 ore, gli altri mezzi molto più spesso, alcuni come i siti internet, addirittura quasi in tempo reale. Per questo al cronista del giornale viene richiesto qualcosa in più, un approfondimento o qualcosa di nuovo.

L'esclusiva può essere anche una testimonianza o un particolare sviluppato all'interno di una notizia comune ad altri media. Prendiamo un grande fatto di cronaca che è già stato descritto dai telegiornali con riprese e immagini del luogo in cui si è svolto. Il giornalista del quotidiano è riuscito però a intervistare un testimone che non ha parlato con altri: un passante che ha visto tutto e che ricostruisce in maniera diversa l'evento.

Ecco, quell'articolo finirà in grande evidenza sulle pagine domani in edicola.

UN PENNY PER LA CRONACA

Nella prima metà dell'Ottocento i giornali negli Stati Uniti si occupano per lo più di politica, costano sei penny e si rivolgono solo ai più ricchi e ai più colti.

Ma verso il 1830, anche grazie ai nuovi metodi di stampa che permettono tirature più alte, sulla costa orientale iniziano ad essere venduti quotidiani più economici, offerti dagli strilloni per strada al prezzo di un penny.

Il primo giornale di questo genere che si impone a New York è *The Sun*. A suo modo una rivoluzione: via i lunghi e ripetitivi articoli sui dibattiti parlamentari, largo per la prima volta alla

cronaca. Resoconti condensati dei fatti accaduti in città, racconti di quanto avviene nei tribunali cittadini, uno stile asciutto: questi gli ingredienti del successo della *penny press*, la vera antenata della stampa moderna.

Un'antenata con qualche peccato di non poco conto: per esempio un sensazionalismo sfrenato, poca cura nella verifica delle notizie, la pubblicazione disinvolta di storie assolutamente inventate (dette "hoaxes").

LE MODE E IL PICCIONE GONFIO

Oltre ai criteri che vi abbiamo spiegato qui sopra, talvolta un argomento resta in primo piano per fattori legati all'**emotività del momento**.

Vi ricordate i giorni dell'emergenza "aviaria", del famoso "virus dei polli"? C'era una grande preoccupazione per la paura del diffondersi di un contagio. La notizia dell'epidemia che faceva strage di volatili in Cina era vera. Così come era vero che alcuni uomini erano stati infettati ed erano morti. Ma questo era dovuto alle particolari condizioni igieniche in cui lavoravano e dormivano (di fatto convivevano con i polli infetti).

Da qui, nel giro di poche settimane, siamo giunti all'allarme europeo per l'arrivo degli uccelli migratori che avrebbero potuto spargere il virus sul continente, con conseguente rischio per grandi e piccini.

Non è andata così, per fortuna. Ma in quei giorni sulla stampa c'era un grande allarme. Le vendite di carne di pollo e di tacchino erano crollate: meno 25%, poi meno 40%, alla fine meno 60%.

I servizi sanitari erano raggiunti da segnalazioni di ogni tipo. Un cittadino telefonò allarmatissimo a una Asl della Toscana per dire: «Ero in un giardino, ho visto un piccione gonfio. Che devo fare?». Nulla, ovviamente.

Il piccione era solo grasso, forse viziato da qualche nonno che lo rimpinzava di pane secco insieme al nipotino.

Insomma, **quando c'è un allarme** bisogna fare attenzione a non lasciarsi prendere la mano, **meglio essere prudenti**.

I RECORD

IL QUOTIDIANO PIÙ ANTICO D'ITALIA

Abbiamo detto che ogni giorno nelle redazioni arrivano montagne di notizie, un tesoro per la democrazia del mondo.

Ma non dobbiamo mai dimenticare che in qualche paese, in qualche posto c'è sicuramente una notizia che non ci arriva perché magari nessuno lì la raccoglie.

Dobbiamo fare in modo, tutti insieme, che queste notizie non date siano il meno possibile perché la conoscenza è alla base di ogni libertà.

Scriveva un grande inviato del *Corriere della Sera*, Tiziano Terzani, nel suo libro *Un indovino mi disse*:

«È un aspetto, questo, dello strano mestiere di cronista che non cessa di affascinarci e al tempo stesso di inquietarci: i fatti non registrati non esistono. Quanti massacri, quanti terremoti avvengono nel mondo, quante navi affondano, quanti vulcani esplodono e quanta gente viene perseguitata, torturata e uccisa! Eppure se non c'è qualcuno che raccoglie una testimonianza, che ne scrive, qualcuno che fa una foto, che ne lascia traccia in un libro è come se questi fatti non fossero mai avvenuti! Sofferenze senza conseguenze, senza storia. Perché la storia esiste solo se qualcuno la racconta».

Da Tiziano Terzani, *Un indovino mi disse*, Longanesi

Hanno detto:

«La stampa libera può, naturalmente, essere buona o cattiva, ma è certo che senza libertà non potrà essere altro che cattiva»

Albert Camus

Capitolo 3

L'articolo

L'articolo

Lo schermo ha sostituito il foglio bianco, il computer la macchina da scrivere. Cambia la tecnologia, non la sostanza.

Si ricomincia sempre dallo stesso punto, da una pagina vuota. Non ci sono griglie né tracce predefinite, c'è il vostro blocco degli appunti o un registratore che vi ha aiutato a raccogliere testimonianze e informazioni. Il resto è quello che portate nella vostra testa.

Siete andati su un fatto e ora siete alla vostra scrivania.

In mente vi saranno rimaste immagini, frasi, gesti, suoni, colori che adesso in qualche modo devono uscire e tradursi in parole, punti, virgole, frasi.

Forse vi siete già fatti mille domande, forse avete ascoltato anche molte risposte.

Ma adesso siete lì, voi e il bianco del "foglio" sullo schermo del computer: non importa se nella stanza c'è altra gente o se qualcuno va avanti e indietro, parla, corre, grida, squillano i telefoni, si accendono i televisori.

Nelle redazioni (o magari anche a casa vostra) questo può capitare, ma voi dovete soltanto concentrarvi sulla notizia che state per raccontare.

Da dove cominciamo? Dall'inizio della storia o dalla fine?

In genere dalla fine, ma non è, come vedremo, sempre così: si comincia da dove la storia diventa notizia.

Prendiamo l'esempio di una partita di calcio: si inizia l'articolo sulla gara descrivendo le squadre che entrano in campo e i tifosi che fanno i cori? In fondo se seguissimo una scansione temporale dovremmo cominciare a riferire proprio da lì: invece no.

Dovete dire al lettore, già nell'attacco del pezzo, chi ha vinto e chi ha perso e perché, cioè l'essenziale. **Si comincia da quel che conta**, in questo caso, dalla fine della partita, o dal gol o dall'azione decisiva.

Se invece dovete raccontare un concerto di musica rock, la cosa più importante magari è una frase che il cantante sul palcoscenico dice fra una canzone e l'altra o un pezzo inedito che fa ascoltare per la prima volta al pubblico. Allora, se scrivete un articolo su quel concerto il consiglio è di iniziare sempre dalla novità, da qualcosa che il lettore ancora non sa o non si aspetta. Altro esempio: siete andati a una mostra di tecnologia e avete visto che la Apple presenta in anteprima un robot super moderno, sarà opportuno soddisfare subito la curiosità del lettore, iniziando l'articolo svelandone le caratteristiche: sa fare i compiti, parla tre lingue, obbedisce agli ordini.

Insomma quello che conta più di tutto sono i vostri occhi, la capacità di catturare il nuovo, scoprire dove sta, cercare di vedere un passo avanti agli altri. I vostri occhi sono come un filtro e le parole che sceglierete saranno usate da chi vi legge per capire e per sapere quello che è successo pur non essendo stato là dove è successo.

Ecco cosa consiglia David Randall, columnist del settimanale *Independent on Sunday* di Londra, ai giovani giornalisti:

«Per comporre un testo non basta mettere insieme delle parole, bisogna organizzare i propri pensieri, quindi a dispetto di tutte le espressioni colorite e le argute osservazioni che saprete inventare, se non avete le idee chiare rispetto a quello che volete dire il lettore se ne accorrerà».

PRONTI AL VIA

L'attacco, cioè l'inizio di un articolo (in inglese *lead*), è la parte più importante, quella che **deve incuriosire** e allo stesso tempo **fornire tutte le informazioni principali**.

La notizia ha una regola spietata, quella del tutto subito. Il tempo brucia. Il lettore ha fretta di sapere, se non lo acchiappi nelle prime righe, lo perdi. Nell'epica del giornalismo quel "tutto subito" si sintetizza con la **regola delle cinque W** (*Who? What? When? Where? Why?*) perché a dare disciplina al racconto ci hanno pensato per primi i giornalisti americani.

Per aiutare chi legge a capire in fretta di cosa si tratta dovete fornire alcuni elementi: **chi** (*Who*), **che cosa** (*What*), **quando** (*When*), **dove** (*Where*), **perché** (*Why*).

Detto in altre parole dovete spiegare subito di chi state parlando, dove si è svolto il fatto, quando e perché. Nel perché c'è il racconto anche del "come" è successa quella cosa.

Questa è la strada per cominciare a scrivere un articolo di qualsiasi genere. È il sentiero lessicale che mette subito chi legge al corrente di cosa e di chi stiamo parlando.

Non sempre nei giornali questa regola viene rispettata e spesso si assiste a discussioni nelle redazioni tra chi scrive l'articolo e chi lo "passa", cioè il giornalista incaricato di rileggerlo e fare il titolo.

La regola delle cinque W non vale soltanto per i cronisti, vale anche per gli studenti quando sono davanti a un tema o per chiunque debba esporre un argomento: spiegare in maniera semplice, fin dall'inizio, di che cosa stiamo parlando, dare tutti gli elementi essenziali, significa permettere a chi legge o a chi ascolta di seguire meglio il senso, dargli rotta e coordinate. Le cinque W sono insomma come una bussola, usatela tutte le volte

Le 5 W

W
W
W
W
W

che potete, anche quando parlate. Vediamo l'applicazione pratica di questa regola. Facciamo un esempio rimanendo nel mondo del calcio: *Il Milan ha battuto l'Inter ieri sera allo stadio di San Siro con un gol di Pato su punizione, era l'anticipo della sesta giornata di campionato.*

Chi? Il Milan

Che cosa? Ha battuto l'Inter

Quando? Ieri sera

Dove? Allo stadio di San Siro

Perché? Come? Con un gol su punizione

Nel *lead* possiamo decidere noi stessi l'ordine gerarchico delle W privilegiando un aspetto o un altro, il luogo, il protagonista, il quando, il cosa. Il più delle volte il "pezzo" non si esaurisce in poche righe, si tratta di raccontare dando un ordine alle cose che sono accadute.

Esempio. Un muratore cade dall'impalcatura mentre sta costruendo una casa in centro a Roma.

Sappiamo come si chiama, che ha 25 anni. Sappiamo anche che in quel momento nel cantiere c'erano altri operai e che questi hanno subito chiamato l'ambulanza.

Quali altre informazioni ci servono per completare meglio la nostra storia?

1. Dobbiamo conoscere nome e cognome per provare a parlare con la famiglia o con il ferito se è in condizioni di poter raccontare.
2. Dobbiamo informarci se il ferito è stato ricoverato in ospedale o se è stato soltanto medicato.
3. Dovremo raccogliere le testimonianze di altri operai che magari hanno visto come è successo.

4. Dovremo interpellare il datore di lavoro e gli ispettori della Asl per sapere se siano o meno state rispettate le norme sulla sicurezza nei cantieri, se ci siano state delle negligenze.
5. Cercheremo di raccogliere più informazioni sulla vita del ferito: vive a Roma con la moglie e i figli o è solo? È la prima volta che si infortuna? Ha un contratto regolare? Quanto guadagna? E via dicendo.

Più notizie sulla dinamica dell'incidente, più dettagli sulla vita della vittima, più testimonianze avremo raccolto e più l'articolo sarà completo ed esauriente.

Per fare il giornalista saper scrivere è importante, ma non basta: bisogna combinare questa capacità con la raccolta delle informazioni, con la chiarezza dell'esposizione e con un linguaggio immediato fatto di frasi brevi, incisive, con pochi aggettivi.

Dovete andare subito al cuore del problema, alla notizia e spiegarla in modo diretto: mettetevi nei panni di chi legge, individuate le cose che sono di interesse per il pubblico.

COME CONTINUO?

L'attacco, il *lead*, l'abbiamo visto: poche righe in cui abbiamo messo le informazioni principali. Ma poi bisogna continuare a sviluppare il racconto della notizia e farlo bene, in modo da non perdere per strada chi ci legge. Realizzare un articolo per un giornale è cosa completamente diversa dallo scrivere un libro o un tema o un testo per la scuola.

Non è questione di migliore o peggiore, di facile o difficile, si tratta proprio di cose diverse, con obiettivi differenti.

In un articolo il linguaggio ha come compito essenziale quello di trasporta-

re delle informazioni. È un veicolo.

In letteratura, così come in un componimento scolastico, si vogliono trasmettere anche riflessioni, idee, fantasia. Il linguaggio non può essere lo stesso.

Nei giornali si privilegia uno stile essenziale, secco, fatto di frasi rapide. Evitate troppi incisi, i periodi lunghi che annoiano e confondono, evitate anche le parole difficili. Dovete farvi capire da più lettori, non trascinatevi in un periodo di cinque o sei righe che magari saranno costretti a rileggere tre volte per orientarsi.

Altro consiglio: nello stesso periodo non mettete più di una relativa, non infliggete troppe frasi ricche di “che”.

Un esempio: “Gianni ha vinto il primo premio nella corsa a ostacoli *che* ha visto partecipare duecento ragazzi, *che* si sono ritrovati ieri alle 9 di mattina sulla pista di atletica *che* è stata appena costruita”.

Da evitare:
✓
✓
✓
✓

Seconda versione: *Gianni ha vinto il primo premio nella corsa a ostacoli che ha visto partecipare duecento ragazzi. I concorrenti si sono ritrovati ieri alle 9 di mattina sulla pista di atletica, costruita di recente.*

Ammetterete che la seconda è molto più scorrevole.

È stato sufficiente spezzare il periodo con un punto e sostituire il secondo “che” con un soggetto che fosse sinonimo dei ragazzi della frase precedente.

Già, il **sinonimo**. È quella parola che nel significato ne sostituisce un'altra e che da sempre è un amico, un alleato di chi scrive.

Il sinonimo è un collaboratore prezioso che aiuta a combattere un altro spauracchio dei redattori: la ripetizione. Va sempre evitata: all'interno dello stesso periodo, ma anche tra frase precedente e successiva.

Vecchia regola del giornalismo è quella di togliere le ripetizioni anche nella titolazione. Il che vuol dire non usare la stessa parola o parole con la stes-

sa radice (ad esempio polizia e poliziotti) nel titolo e nell'occhiello.

Opportuno evitare le ripetizioni anche fra titoli della stessa pagina.

Allenatevi, dopo aver finito, a guardare il giornale con occhio critico, cercando errori e ripetizioni e provando a rimediare.

Spesso, spremendosi un po', è un risultato facile da raggiungere: i linguisti ci spiegano che in genere tendiamo a utilizzare un numero molto ristretto di parole rispetto a quelle che conosciamo.

Naturalmente non si deve esagerare: se per evitare di usare la stessa parola siamo costretti a essere complicati o imprecisi, allora è meglio rischiare la ripetizione piuttosto che l'inesattezza.

AGGETTIVI E LUOGHI COMUNI

Aggettivi e avverbi si possono usare, ma con moderazione. Non dovrete, per esempio, mai iniziare un vostro articolo con la frase:

“In terza B è avvenuta una cosa sconvolgente: si sono staccati alcuni pezzi del soffitto e sono caduti tra i ragazzi”.

Il lettore dovrebbe decidere se è stato davvero un avvenimento sconvolgente in base alla descrizione che ne fate, alla ricchezza dei dettagli, alla precisione nel riportare i fatti e le reazioni. **È inutile tentare di indirizzare chi legge infarcendo il testo di aggettivi e di considerazioni personali.**

Sono i fatti il cuore della cronaca, i giudizi lasciamoli a chi legge.

Se proprio dovete dare idea che è avvenuto qualcosa di notevole, allora fatelo attraverso il resoconto di una reazione, non tramite un aggettivo.

Per tornare al nostro esempio di prima:

La scuola è in allarme per quello che è avvenuto in terza B: alcuni pezzi di soffitto sono caduti in aula tra i ragazzi.

È ovvio che nessuno vuole impedire del tutto l'uso degli aggettivi. Se una

sedia è verde, non può diventare rossa o ancora peggio non avere colore. Ma tenere a bada gli aggettivi aiuta a mantenere la rotta verso la missione principale: fornire informazioni nella maniera più chiara e oggettiva possibile al lettore.

A Giulio De Benedetti, storico direttore de *La Stampa*, era attribuita una frase: «Bisogna scrivere anche per i barbieri».

Voleva dire che bisogna scrivere semplice, “pulito”. **Fraasi brevi, agili, efficaci.** Lo stile semplice e accessibile non vuol dire banale. Anzi. Proprio nella ricerca di una **scrittura diretta** si può fare un ulteriore lavoro per rendere l'articolo più accattivante. Così, dopo aver eliminato molti aggettivi, possiamo tagliare i luoghi comuni: “brillante operazione”, “ridente località”, “sforzo sovrumano”, “splendida cornice”, “la pioggia battente” e via dicendo.

Dal punto di vista grammaticale, non sono errori. Ma sono forme talmente abusate, il loro utilizzo è così ripetuto che danno un'idea di sciattezza, di scarsa cura nella scrittura.

Così come avviene per “l'asfalto reso viscido dalla pioggia” o per le “lamie contorte” quando si descrive un incidente stradale: se si legge un articolo scritto in questo modo ci si fa l'idea che il cronista davanti alla tastiera abbia acceso il pilota automatico e sia andato avanti con una descrizione imparata a memoria e riprodotta chissà quante volte.

Invece no. Ogni fatto ha qualcosa di specifico, di suo, qualcosa che lo rende diverso da tutti gli altri simili che pure si sono già verificati. Cercare quel qualcosa di diverso è una fatica necessaria.

Ci sono poi frasi che ogni tanto si trovano sui giornali e che sono errori o che contengono ripetizioni.

Esempio. “L'alba di ieri mattina”: l'alba non può essere di sera o a mezzogiorno, quindi basta scrivere: “L'alba di ieri”. Lo stesso vale per espressioni

come “l'ultimo addio”: non ci può essere un “penultimo addio”, l'addio è un congedo definitivo, né ultimo né primo.

Un buon articolo è un lavoro di scelta delle parole, di limatura, di scarti, è il frutto di continue riletture e modifiche alla perenne caccia della forma più fluida e insieme della maniera più efficace di rendere il racconto di un fatto.

Rileggete sempre con calma quello che avete scritto: una volta non basta a scovare errori di ortografia, di grammatica, di concetto, di esposizione. Ricordatevi che quando il giornale è stampato e distribuito, per le correzioni è troppo tardi.

Da quel momento, non si può più tornare indietro.

SCRIVI PER I TUOI AMICI

Ora che aggettivi e luoghi comuni hanno avuto quel che si meritavano, prendiamocela con i termini difficili.

Per scegliere le parole è bene che pensiate sempre ai vostri lettori.

Se state realizzando un giornale per tifosi di una squadra di calcio, potete dare per certo che sappiano che cosa è il fuorigioco. Ma se scrivete un articolo per il giornale di classe, questa nozione non è più scontata.

Ecco quindi che vi trovate davanti uno dei dilemmi più frequenti per i cronisti: scelgo la parola precisa, ma meno conosciuta, o quella di uso più frequente, ma che non spiega tutto?

In genere è bene essere precisi, si usa la parola difficile o il termine tecnico, si mette una virgola e se ne spiega il significato.

Useremo quindi la parola “fuorigioco” e, subito dopo una virgola, riferiremo al lettore che cosa vuol dire. Nell'informazione le parole devono aderire come una pelle ai fatti.

Meglio dire “Sono andato al bar” invece di “Mi sono recato al bar”, meglio

scrivere “esente dal militare” piuttosto che “militesente”: meglio usare nello scritto i termini che useremmo nel parlare.

Il giornale viene letto anche di corsa, per pochi minuti: bisogna essere diretti. Nel riportare una dichiarazione di qualcuno è preferibile usare il discorso diretto invece del discorso indiretto:

George Clooney ha detto: «Penso di poter vincere l’Oscar». (Discorso diretto)

George Clooney ha detto di ritenere di poter vincere l’Oscar. (Discorso indiretto)

La prima versione è più immediata, ha una maggior presa.

In sintesi: **scrivete sempre come se doveste spiegare una cosa ai vostri amici, sapendo però che l’articolo finirà in mano anche a perfetti sconosciuti.**

Quindi usate la lingua di tutti i giorni evitando il gergo comprensibile solo a una ristretta cerchia di persone.

Se capitate fuori da un liceo sentirete magari un ragazzo dire: «Quello è uno fogato», oppure «Michele è flashato».

Sono neologismi comprensibili fra i ragazzi, oscuri al resto del mondo a cominciare dai genitori; perciò, a meno che non vogliate scrivere un articolo proprio su come parlano i giovani, nei pezzi evitate quelle espressioni. **Farsi capire, scrivere facile**, significa anche non usare frasi del tipo: “Dario era in costume adamico”, invece che un più franco: “Dario era nudo”. Così scoprire che “Martina era in stato interessante” è solo un po’ meno comprensibile della più semplice espressione “Martina era incinta”.

Il giornalista deve evitare di mettersi su un piano diverso dal suo pubblico. Ecco perché l'uso di parole straniere o di quelle latine dovrebbe essere sottoposto a un controllo strettissimo.

La regola generale è che se si usa un termine o un'intera espressione in una lingua che non sia l'italiano, dovete farla seguire dalla sua traduzione.

Dare per scontata la conoscenza dell'inglese, del latino o di altre lingue è il modo migliore per creare una barriera: i vostri lettori che non capiscono si sentiranno esclusi.

Certo, il discorso non vale se voi sapete che il vostro è un lettore speciale. Se state scrivendo il giornale dell'associazione cultori del latino, be', allora potete largheggiare in citazioni senza traduzione. Ma per giornali rivolti a un pubblico generico, no. Per non parlare di coloro che fanno una pessima figura sfoggiando citazioni sbagliate.

Purtroppo si è letta più volte sui giornali l'espressione latina *aut aut*, che vuol dire "o questo o quello", resa con un *out out*, perché l'autore dell'articolo era convinto si trattasse dell'onnipresente inglese.

D'altra parte è pur vero che alcune parole straniere sono diventate ormai di uso comune in italiano e non hanno più bisogno di traduzione.

Basti pensare a *sport, choc, brioche, hobby, goal (o gol), football, corner, basket, best-seller, terminal, test, toast, week-end, jogging, night* e così via. Anche in questo caso la regola base è pensare ai nostri lettori e porsi l'interrogativo: capiranno? O li costringiamo a cercare sul vocabolario?

Se siamo convinti che la seconda ipotesi sia più probabile, allora meglio cambiare parola oppure usarla e tradurla.

Viene in mente una scena del film *Palombella rossa* (1989) in cui Nanni Moretti aggrediva la giornalista che gli parlava di "trend negativo", tuonando: «Trend negativo? Chi parla male pensa male e vive male (. . .). Le parole sono importanti».

Oppure possiamo finire ricordando cosa dice il manuale interno dei giornalisti del *Daily Telegraph* di Londra:

«Se siete tentati di usare una parola solo perché tutti gli scrittori di successo la usano, potete cambiare parola, letture o mestiere».

I FATTI E LE OPINIONI

Gli articoli di cronaca devono essere una ricostruzione fedele e il più oggettiva possibile di quello che è accaduto. **I resoconti non devono contenere le opinioni di chi scrive, ma soltanto l'esposizione dei fatti.**

Nel raccontare di una gara di atletica non posso parteggiare per il centometrista mio amico, sarebbe scorretto. Il che non vuol dire che un giornale non debba esprimere le proprie opinioni o ospitare quelle di qualcun altro. Lo deve fare, però, in modo chiaro, senza nascondere il commento all'interno degli articoli di cronaca.

Per questo esiste l'**editoriale**, che è il pezzo in prima pagina in cui il direttore o un collaboratore del giornale prende posizione su un determinato argomento.

C'è anche il **corsivo**, un piccolo articolo che prende il nome dal carattere con cui è stampato, il corsivo appunto, che si affianca a uno più grande dove c'è la cronaca del fatto.

Ricordate cosa dicevamo degli aggettivi? Spesso il loro uso smodato serve a chi vuole esprimere le proprie opinioni anche all'interno di un resoconto che dovrebbe ospitare solo il racconto dei fatti e le dichiarazioni delle persone coinvolte.

Basta aggiungere “incomprensibile” alla decisione presa da una persona per far capire come la pensa chi scrive. È sufficiente dire che l’azione di Tizio è stata “abietta” e vi siete già schierati.

D’altra parte è bene chiarirsi sull’oggettività: quella assoluta non si raggiungerà mai. Potrete togliere tutti gli aggettivi, tutte le opinioni più o meno camuffate, ma è chiaro che qualsiasi resoconto può cercare di essere il più oggettivo possibile, ma non lo sarà mai del tutto.

E questo perché anche il semplice “montaggio” dei fatti, cioè il modo in cui li raccontiamo, contiene in sé una traccia per guidare il lettore e quindi per permettergli di farsi un’opinione.

Mettere in maggiore o minore evidenza un particolare può essere essenziale. E d’altra parte il cronista non è un osservatore imparziale, ha delle idee, vota in politica: quello che è richiesto è l’impegno a riportare i fatti per come si arrivano a conoscere, con onestà.

Quello che il lettore può e deve pretendere dal giornalista è che quest’ultimo operi in buona fede e con professionalità.

Sbagliare, purtroppo, è sempre possibile. Ma se si sbaglia in proprio, senza avere secondi fini o per compiacere altre persone, chi legge non si sentirà tradito. Certo, poi si dovrà avere la correttezza di riconoscere l’errore e di cercare di porre rimedio.

UN COCCODRILLO IN REDAZIONE

Il mondo dei giornali, come altri, ha un suo **linguaggio tecnico-gergale** a volte strano, buffo, singolare. Per esempio: se entrando in una redazione sentite il capocronista che si affanna a cercare il coccodrillo di qualcuno, non impressionatevi, non è necessario mettersi al riparo: il **coccodrillo** è

un articolo commemorativo scritto su una persona importante, via via aggiornato con le note biografiche e tenuto in archivio. In caso di morte improvvisa del personaggio, quel pezzo può tornare utile (perché ve lo ricorderete, spesso succedono all'improvviso fatti importanti o drammatici che costringono i giornalisti a rivoluzionare gli articoli assegnati nelle varie pagine e a cambiare in corsa, con tempi molto stretti).

Se invece entrando in redazione sentite parlare di un **pastone**, non dovete pensare alla pappa del cane, ma a un articolo che riassume i principali avvenimenti politici della giornata.

Verso sera qualcuno discuterà di sicuro della civetta, ma non si tratta del rapace notturno: per **civetta** si intende la locandina (da qualcuno detta anche sommario) cioè il foglio attaccato all'esterno delle edicole con cui ogni quotidiano cerca di attirare l'attenzione sulle sue principali notizie.

E se qualcuno dice che è arrivata una **velina**, inutile cercare una ballerina televisiva stile *Striscia la notizia*. Con quel termine, peraltro ormai in disuso, si indicava una nota proveniente da ambienti politici che segnalava quali notizie privilegiare e il modo in cui presentarle sul giornale.

La velina fu introdotta in Italia dal fascismo, che controllava in maniera ferrea l'attività della stampa. Nel periodo successivo alla seconda guerra mondiale il termine aveva finito per indicare le note che arrivavano appunto da ambienti legati al governo o all'opposizione.

Velinaro è il termine dispregiativo che viene affibbiato al giornalismo “guidato”, a quello che non obbedisce alle regole della professione, ma ad altre pressioni, politiche o economiche. Insomma, il giornalismo di chi non sbaglia in buona fede, ma su “ordinazione”.

Entrando in redazione potete sentire anche parlare del **bozzone** (la prova di stampa di una pagina già composta con gli articoli) oppure di **buco** (una notizia che manca al vostro quotidiano, ma che è presente sugli altri), di **bufala** (notizia falsa), di **catenaccio** (il sottotitolo), di **refusi** (errori di battitura) o di **scoop** cioè una notizia importante pubblicata in esclusiva da un solo quotidiano.

ROBINSON CONTRO GULLIVER

Conoscete Robinson Crusoe e Gulliver? Sono due famosi personaggi della letteratura. I loro due creatori erano i fondatori di giornali rivali che si affrontarono senza esclusione di colpi nell'Inghilterra degli inizi del Settecento.

In quel periodo, infatti, ebbe grande successo un nuovo genere di giornalismo che univa alla semplice pubblicazione di avvisi anche quella di articoli polemici e brillanti.

Erano brevi saggi che si occupavano di politica, ma anche di morale o delle nuove usanze che prendevano piede a Londra e nel resto dell'impero britannico.

Daniel Defoe fondò nel 1704 *The Review*, che pubblicò fino al 1713, continuando a sostenere gli interessi e le aspirazioni della borghesia inglese. Qualche anno dopo, nel 1719, Defoe avviò, proprio su un giornale londinese, la pubblicazione a puntate del

suo romanzo più noto, quello sulle avventure del naufrago Robinson Crusoe.

Al settimanale *The Review* ribatteva con altri articoli sferzanti un certo Jonathan Swift, che mise la sua vena caustica al servizio delle ragioni dell'aristocrazia e comunque dei conservatori, lanciandosi più volte contro la "nuova Londra" nata dal commercio. Lo fece dalle colonne del periodico *The Examiner*, che fondò nel 1710. Era lo stesso Swift che nel 1726, pubblicò, all'inizio in forma anonima, il romanzo *I viaggi di Gulliver*.

L'INTERVISTA

L'intervista sembra facile perché di fatto è **un dialogo trascritto e magari un po' sintetizzato fra il giornalista e un personaggio**.

In realtà è un lavoro complesso. Intanto va preparata (se ce n'è il tempo): ci si deve informare sulla persona a cui andiamo a rivolgere delle domande per non rimanere a bocca aperta e immobili col taccuino spalancato.

Meglio documentarsi prima, non aver timore di presentarsi con delle domande scritte che seguano una certa logica, non passare per esempio da: «Ha già in mente il soggetto del prossimo film?» a «È vero che ha venduto la sua casa in Versilia?». Le **domande scritte** sono una base di partenza, tenete conto che poi la conversazione può seguire binari imprevedibili e allora essere preparati sulla vita, sulle cose fatte dalla persona che state intervistando diventa fondamentale per reggere la conversazione.

Se vi capita di intervistare un personaggio dello spettacolo o dello sport (ma ormai anche della politica) sappiate che può fare notizia anche il suo

privato. Non tutti amano queste incursioni. Perciò se non volete rischiare che il vostro personaggio vi abbandoni all'inizio della chiacchierata, queste domande fategliele alla fine.

Proprio perché in apparenza semplice, fare un'intervista si rivela talvolta un incubo. Potreste trovarvi davanti un interlocutore timido, che risponde a monosillabi.

Sta a voi insistere, provare più volte a fargli dire cose interessanti.

In altri casi potrebbe trattarsi non di timidezza, ma di necessità di nascondere qualcosa. Ecco, allora, che torna utile aver studiato bene il personaggio a cui fate le domande, magari sue precedenti dichiarazioni che contraddicono quelle che sta rilasciando a voi.

Così come è essenziale **conoscere al meglio le vicende di cui parlate con l'intervistato**, che potrebbe tentare di raccontarvi una bugia o una mezza verità.

Lì dovrete essere pronti a ribattere e a incalzare l'interlocutore.

Bisogna essere combattivi e preparati per fare una buona intervista, ma bisogna anche **essere corretti**. Prima di tutto nella sintesi.

I RECORD

LA PRIMA INTERVISTA

Hanno detto:

«La letteratura è l'arte di scrivere una cosa che verrà letta due volte; il giornalismo crea una cosa che verrà letta una volta sola»

Cyril Connolly

Le risposte spesso sono molto lunghe e voi per ragioni di spazio non potrete riportarle parola per parola. Dovrete tagliare e sintetizzare, è inevitabile.

Ma non dovete tradire il senso di quello che ha detto l'intervistato e le parti cruciali dovete riportarle senza aggiustamenti.

Così come non potrete cambiare le vostre domande e lasciare le risposte vecchie. Se proprio ci ripensate e credete di dover modificare in maniera sensibile una delle vostre richieste, perché magari nel frattempo avete scoperto un dato nuovo, allora dovete dare modo all'intervistato di modificare, a sua volta, la risposta.

Allo stesso modo se il fatto su cui viene sentita una persona cambia totalmente prospettiva prima che l'intervista venga pubblicata, ma dopo che è stata rilasciata. Anche in questo caso bisognerà modificarla insieme all'interlocutore, alla luce delle notizie arrivate per ultime.

Insomma, l'intervista non deve essere né uno spazio lasciato al libero uso dell'intervistato e nemmeno una trappola tesa dal giornalista.

È un franco scambio di domande e risposte, dove l'unico a vincere dovrebbe essere il lettore, che in questo modo acquista ulteriori informazioni su un fatto, sulle idee di una persona, sullo stato della conoscenza in un certo settore.

LA LINOTYPE

Somigliava a una enorme macchina da scrivere e dominò le tipografie dei quotidiani per quasi un secolo.

Fu messa a punto negli Usa da un immigrato tedesco, Ottmar Mergenthaler, nel 1884: fino a quel momento, la composizione dei caratteri era fatta a mano. In pratica ogni tipografo pescava le singole lettere da una serie di scatole e, mettendole una accanto all'altra, componeva le righe dell'articolo scritto a mano o a macchina dal giornalista.

Era un lavoro lunghissimo: per sistemare le righe di questo paragrafo che state leggendo poteva andar via anche mezz'ora. Senza contare che erano necessari decine e decine di tipografi per preparare le poche pagine di un giornale di allora.

La linotype sostituì la composizione a mano.

Il tipografo batteva le lettere sulla tastiera, le matrici scendevano dai magazzini ed entravano in contatto con la lega di piombo che usciva da una caldaia collegata alla macchina.

In questo modo si fondevano le righe tipografiche, della larghezza (giustezza) voluta.

Vista in azione quando ormai stava per andare in pensione, nella seconda metà del Novecento, la linotype non era un fulmine.

Ma rispetto alla composizione a mano dell'Ottocento permetteva di andare da cinque a sette volte più veloci, oltre a ridurre i costi. Il successo della linotype fu travolgente: quindici anni dopo l'invenzione, mentre iniziava il Novecento, duecento esemplari

erano già al lavoro nei principali quotidiani americani ed europei. La linotype era al centro di quella composizione "a caldo", così chiamata per la fusione del piombo, che sarebbe stata soppiantata solo negli anni Settanta del secolo scorso da quella "a freddo", che ruota intorno all'utilizzo del computer.

Capitolo 4

La PRIMA volta

Così abbiamo cominciato

Il primo articolo è un po' come l'esame di maturità: il giorno dopo è un sollievo, il giorno prima un inferno. C'è il batticuore del debutto, la paura di sbagliare, la matita rossa del caporedattore in agguato.

È stato più o meno così per tutti coloro che sono diventati giornalisti, anche i più famosi. A loro siamo andati a chiedere com'è stato l'esordio da cronisti, quale è stato il primo pezzo che hanno scritto per un giornale o il primo servizio che hanno fatto per la televisione.

Ecco cosa ci hanno risposto.

Ezio Mauro direttore de La Repubblica

Vivevo in Piemonte, facevo ancora l'università e un giorno attraverso un medico che conosceva un giornalista, mi sono presentato alla *Gazzetta del Popolo* di Torino.

Il caporedattore mi disse: «Perché non vai a fare un pezzo sulla situazione politica a Fossano?». Fossano è una piccola città in provincia di Cuneo, io ci andai e feci l'articolo: non venne mai pubblicato.

Il caporedattore però mi telefonò per dirmi che avevo lavorato bene: «Questo pezzo non uscirà mai, però lei sa scrivere». All'epoca frequentavo la facoltà di Giurisprudenza e mi mancavano tre o quattro esami alla laurea, ripresi a studiare.

Tre mesi dopo, era il luglio del '72, lo stesso caporedattore mi chiamò per fare una sostituzione. Quello si può dire sia stato il mio secondo inizio, l'inizio vero.

Alla *Gazzetta del Popolo*, il primo giorno mi misero in cronaca cittadina e mi mandarono al parco del Valentino, dove una donna si era buttata nel fiume.

L'allarme era stato immediato e i vigili del fuoco la stavano ripescando: la vidi uscire

con i vestiti grondanti dalle acque del Po, le braccia allargate, ma salva, viva.

Il fotografo che era con me mi spiegava cosa dovevo fare: «Svegliati, dai, prendi nome e cognome». Tornato in redazione mi dissero di scrivere una “breve”, una notizia di poche righe.

Io sapevo come si scriveva una cronaca politica, nel senso che ero un lettore accanito di quelle cose e quindi pensavo di sapere come fare. Ma non conoscevo la tecnica per fare una breve.

Iniziai battendo con due dita sulla macchina da scrivere. Alle mie spalle passò un cronista di nera, Mauro Benedetti che, guardando quello che stavo facendo, mi disse: «Auguri». E suonava molto più ironico che benaugurante. Presi quelle dieci righe e le consegnai al capocronista.

Quindi mi misero ad ascoltare la radio delle forze dell'ordine. Era un apparecchio enorme, con cui si sentivano le conversazioni dei carabinieri, della polizia, dei pompieri, dei vigili urbani.

Ogni tanto il capocronista, che stava lì accanto, si girava verso di me e chiedeva a bruciapelo: «Che cosa hanno detto?». Ad ogni ora bisognava inoltre fare il “giro dei pronti”, cioè chiamare per telefono gli ospedali e i centralini delle forze dell'ordine per sapere se era successo qualcosa, se avevano fatto degli interventi particolari.

A mezzanotte e un quarto arrivò in redazione la copia del giornale ancora profumata di inchiostro. Andai subito a sfogliare le pagine, cercando la mia notizia: c'era, ma era stata completamente riscritta.

Uscii dal giornale, mi infilai nella prima cabina telefonica, chiamai la mia fidanzata e le dissi: «Questo non è il mio mestiere».

Non è stato così: ho fatto il cronista di nera e poi per tanti anni di bianca.

Se fai cronaca ti abitui ad abbandonare le romanticherie, i grandi servizi da inviato. Vai sui fatti, sai che devi arrivare prima degli altri.

Allora, quando tornavi in redazione, una delle prime cose che ti chiedevano era se avevi la foto della vittima, perché una notizia era considerata completa solo così.

Per la *Gazzetta del Popolo* ho seguito anche la stagione del terrorismo e in quei frangenti il mestiere, stare fuori fra la gente, in mezzo a quello che accadeva, mi ha fatto capire tante cose.

Ho visto persone con le gambe spappolate, ricordo un consigliere comunale democristiano gambizzato mentre aspettava il tram.

Era rimasto appoggiato alla palina della fermata, con il sangue che si allargava a terra e la sua preoccupazione era che qualcuno consegnasse alla Cisl una cartellina di plastica finita nel sangue: dentro c'erano le pratiche per le pensioni di qualche iscritto. Poi uno rientrava al giornale e leggeva il comunicato in cui i terroristi annunciavano: «Abbiamo colpito un servo del potere democristiano».

Io sapevo che allora c'era il potere democristiano, ma si poteva contrastare con il voto. Sparare a un uomo per le sue idee era terribile.

La Gazzetta del Popolo era in un certo senso un giornale sgangherato, però al tempo stesso una grande scuola.

Si può essere un piccolo giornale, ma formativo, oppure un grande giornale e non insegnare niente. Poi si impara anche dalla lettura: io mi ricordo ancora l'attacco di alcuni pezzi di Giampaolo Pansa, Giorgio Bocca oppure Vittorio Gorresio, che considero il più grande cronista politico del dopoguerra.

Giulio Anselmi

direttore de *La Stampa*

Non so se fu proprio il primo articolo, ma tra quelli dei miei inizi è il pezzo che mi è rimasto impresso di più. Era la fine del 1971, lavoravo al *Corriere Mercantile* di Genova. La notizia di cronaca nera era un accoltellamento per ragioni di viabilità nella Riviera di Levante. Un camionista aveva colpito un automobilista dopo una lite. Dovevo scrivere un pezzettino, ricordo che ero lì molto presto, verso le 7 di mattina: il *Corriere Mercantile* era un quotidiano del pomeriggio e dopo qualche ora dovevamo essere in edicola.

Ho cercato di ricostruire quello che era avvenuto. Poi sono riuscito a procurarmi il numero di telefono della moglie del camionista. L'ho chiamata e come prima e unica domanda sono riuscito solo a chiederle: «Scusi, è lei la moglie del camionista assassino?». E lì la conversazione è finita.

Dopo mi sono reso conto della stupidità della domanda, ma allora è stato questo il nobile esordio.

Poi ho proseguito, per fortuna con maggiore intelligenza, anche perché peggio non si poteva fare. Ho continuato a occuparmi di cronaca nera: passati dieci mesi sono andato a *Stampa Sera* e poi come inviato a *Panorama*.

Gian Antonio Stella

editorialista del *Corriere della Sera*

Ricordo benissimo il mio primo articolo. Mi trovavo d'estate ad Asiago, paese di origine della mia famiglia. Il Milan era là per la preparazione in vista del campionato. Avevo quattordici anni. Allora intorno al calcio non si scatenava il fanatismo di adesso, al punto che per il ritiro estivo del Milan non c'era la truppa di giornalisti al seguito per vedere chi aveva un dolorino alla cervicale piuttosto che al menisco o per osservare tutti gli allenamenti minuto per minuto.

Niente di tutto questo, non c'era nessuno. Nemmeno *La Gazzetta dello Sport* aveva un inviato. Il Milan fece una partita contro la squadra locale, l'Asiago.

Non mi ricordo bene come finì, penso 9 a 0 o 10 a 1, un risultato del genere. Io, come tutti i ragazzini del posto, ero andato a vedere l'incontro.

Mentre tornavo a casa incrociai un signore della Pro Loco, che mi disse: «Bocia (ragazzo), hai niente da fare?». «No», risposi. «Gheto visto 'a partia? Fame diese righe per La Gazzetta dello Sport». («Hai visto la partita? Fammi dieci righe per La Gazzetta dello Sport»). Mi dette il numero di telefono e io mi misi a scrivere le dieci righe. Chiamai a Milano la *Gazzetta* e dissi che dovevo dettare il pezzetto sulla partita tra Milan e Asiago.

Mi spiegarono come preparare il tabellino, con i nomi dei giocatori e tutto il resto e feci anche quello. Quello è stato il mio esordio nel giornalismo.

Poi non ci ho pensato per un po'. Ma poco dopo, in prima liceo classico, mi è venuta voglia davvero, quando ho iniziato a collaborare a *Veneto 7*, un settimanale locale. Contemporaneamente scrivevo anche per *Sport 70*.

Lì c'era un gruppo di ragazzi un po' più grandi di me o della mia età, come Franco Mognon, Enzo Bordin e Paolo Coltro, che poi sarebbero diventati professionisti in vari quotidiani.

Quando il Lanerossi Vicenza era in serie A, la stragrande maggioranza dei giornali non mandava gli inviati, così noi ci trovavamo a gestire le cronache di buona parte

dei quotidiani italiani. Quando non seguivo il *Vicenza*, la domenica ero in giro per la regione a vedere le altre partite. E siccome non avevo l'auto, mi ricordo queste trasferte in treno, per esempio a Belluno.

Ovviamente eravamo pagati praticamente nulla, quindi il pranzo era a mie spese e spesso finivo alla mensa ferroviaria, la più economica. A distanza di anni ricordo perfino il sapore di certi piatti. Mai mangiato meglio in vita mia.

Milena Gabanelli

ideatrice e conduttrice di *Report* (RaiTre)

Posso parlare del mio primo pezzo televisivo più che di un articolo.

Era il 1981 ed ero riuscita, dopo tanti tentativi, ad avere un contratto di un mese dalla sede regionale *Rai Emilia Romagna*.

All'epoca c'era uno spazio di mezz'ora (dalle 19.30 alle 20) dedicato all'approfondimento regionale. Non avevo proprio idea di cosa proporre, per me contava solo "iniziare". La mia passione era l'estero, le zone ai confini della civiltà, le più lontane da noi. Il primo passo invece fu fra Parma e Busseto, con la musica popolare nella lirica di Giuseppe Verdi. Ho cercato cantastorie e antiche tradizioni musicali, intervistato esperti, messo a confronto brani del grande compositore con i canti popolari della pianura e dell'Appennino.

Alla fine mi era sembrato un gran bel lavoro, tant'è vero che il direttore Rai della sede di Bologna mi propose di collaborare ancora con loro.

A distanza di anni, se potessi infilarmi negli archivi, prendere quei documentari e distruggerli, lo farei. Provo una grande vergogna per l'ambizione e la presunzione di quei "racconti", difficili da capire anche per la sottoscritta che li ha pensati e realizzati.

Natalia Aspesi

inviata de *La Repubblica*

Avevo 27 anni, vivevo a Milano e facevo la segretaria in un'azienda di macchine per fare il formaggio, ma era un lavoro che non mi piaceva. Così un mio amico che lavo-

rava alla *Notte*, un giornale del pomeriggio, mi chiese se volevo provare a scrivere un articolo. Mi portò in redazione e cominciai a collaborare saltuariamente, mi pagavano duemila lire a pezzo.

Fino a quel momento io non avevo pensato affatto a fare la giornalista.

Il mio primo articolo fu su una mostra di cani, mi mandarono in un posto su un lago, in Lombardia. Io che non avevo mai avuto un cane, rimasi molto sorpresa dal rapporto stretto che c'era fra quegli animali in gabbia spazzolati e pettinati e i loro padroni e impostai l'articolo proprio su questo aspetto. Sessanta righe piene di ironia. Piacque e uscì senza correzioni.

Dopo qualche mese mi chiamò il capo del personale e mi disse di togliermi ogni illusione, non mi avrebbero mai assunta in quel giornale, in quanto donna, alla *Notte* era così.

Fra i servizi di allora ricordo che mi mandavano la mattina a fare il giro dei grandi alberghi di Milano per sapere quali personaggi celebri erano arrivati.

Nel 1976 mi presero al *Giorno*, l'assunzione era come impiegata, ma io continuavo a scrivere e a fare il lavoro dell'inviata e sette mesi dopo finalmente mi arrivò la qualifica.

Giampaolo Pansa editorialista de L'Espresso

Nel 1961 ero alla *Stampa* da cinque-sei mesi come praticante e ancora non avevo scritto un articolo con la mia firma.

Carlo Casalegno (che nel 1977 sarebbe stato ucciso dalle Brigate Rosse) mi disse che era venuto il momento. Lui era caposervizio degli Esteri, ma si occupava anche della terza pagina, quella culturale. Così mi chiese di recensire il libro *Il giorno più lungo* di Cornelius Ryan sullo sbarco in Normandia degli Alleati durante la Seconda guerra mondiale.

Lessi il libro e scrissi la recensione tre, quattro, cinque volte. Alla fine gli portai la versione definitiva. Casalegno la lesse e disse che andava bene.

Ero contento, perché mi aspettavo di veder comparire sul giornale il primo articolo con la mia firma. Il giorno dopo la recensione non c'era.

Nemmeno quello successivo. E quello dopo. Alla fine presi coraggio e andai da Casalegno per sapere che cosa fosse successo.

Lui mi disse che aveva dato l'articolo al direttore, Giulio De Benedetti, e che lui mi voleva parlare. Andai nel suo studio. De Benedetti mi accolse in piedi, con il mio articolo stretto tra due dita come fosse cartaccia. Con un ringhio mi disse: «Questa non è una recensione, ma una pessima cronaca dello sbarco in Normandia, evento al quale, se non altro per motivi di età, lei non può aver assistito».

Iniziò a stracciare l'articolo: prima in due pezzi, poi in quattro, poi in otto.

Alla fine ne fece una manciata di coriandoli che lasciò piovere sulla scrivania.

Mi servirono tutte le mie forze per non piangere e uscii dal suo studio a testa bassa e con un gran magone.

Come ho detto, alla *Stampa* ero entrato quello stesso anno, il primo gennaio. La mia assunzione era stata decisa nel novembre del 1960.

Mentre lavoravo come bibliotecario all'Istituto Giangiacomo Feltrinelli per la storia del movimento operaio e socialista, vinsi la prima edizione del premio Einaudi, riservato ai neo laureati di Torino. Insieme a me fu premiato anche Massimo Salvadori.

La cerimonia di premiazione fu seguita dai giornali. Il direttore della *Stampa* lesse il resoconto della cerimonia e gli venne l'idea di replicare un'iniziativa che aveva visto dare buoni frutti in Svizzera: l'assunzione nei giornali di giovani che si erano distinti all'università.

Convocò i due premiati. Salvadori non si presentò. Io volevo fare il giornalista e andai: dopo un colloquio di dieci minuti, fui assunto.

Così quel primo gennaio del 1961 varcai le porte della redazione della *Stampa*.

Fui assegnato al settore Province, che si occupava dei fatti italiani esclusa la politica. Eravamo in quattro. Il caposervizio era Bruno Marchiaro: era stato partigiano e per me si rivelò un fratello maggiore, quasi un padre.

Come tutti i giovani, dovevo fare la "lunghetta", che voleva dire entrare al lavoro alle 14 e uscire alle una di notte, dopo la chiusura del giornale.

Marchiaro, una volta conclusa la riunione dei capiservizio, verso le tre del pomeriggio veniva da noi e separava notizie d'agenzia e segnalazioni dei corrispondenti: da una parte quelle che non avrebbe mai pubblicato, dall'altra quelle su cui concentrarsi.

Bene, per cinque-sei mesi io lavorai sulle prime: passavo e titolavo notizie che non sarebbero mai state pubblicate.

Dopo la chiusura Marchiaro faceva venire dal bar un bicchierino di vodka per lui e

una Coca-Cola per me e mi spiegava cosa avevo sbagliato, dove correggere e come. Per esempio, mi disse che una notizia, per essere costruita bene, deve essere come un bue: avere delle belle corna, per pungere il lettore e attirarlo, poi il corpaccione, con i particolari più importanti, alla fine la coda, le informazioni non essenziali, che possono essere tagliate. Piano piano iniziai a passare e titolare anche le notizie che venivano pubblicate.

Dopo la disavventura della recensione de *Il giorno più lungo* le cose andarono meglio. Scrivevo per il settore Province, nel 1963 fui mandato per cinquanta giorni a Longarone, dove la montagna era crollata nella diga del Vajont e duemila persone morirono travolte dalla valanga di acqua e fango che ne derivò. In quello stesso anno il direttore mi premiò con un aumento di stipendio per il modo in cui, insieme a Giuseppe Mayda, avevamo riscritto i resoconti d'agenzia da Dallas sull'assassinio di Kennedy.

Ettore Mo

inviato del Corriere della Sera

Il primo articolo è stato sui Beatles, era il 1963 ed erano già famosi.

Io provai ad avvicinarli attraverso la loro segretaria, che era fidanzata con un giornalista della sede di Londra del *Corriere della Sera*. Pensavo a un appuntamento a distanza di settimane o mesi, invece mi dissero: «Vieni domani». Io andai e scrissi l'intervista.

Avevo cominciato per caso. Un giorno, stavo per imbarcarmi su una nave da crociera, entrai nella redazione, incontrai Piero Ottone e gli dissi: «Vorrei scrivere».

Gli lasciai tre racconti e le tappe con i porti del mio viaggio, mi imbarcavo come steward, ma avevo già fatto mille altri mestieri: lo sguattero, l'infermiere, il bibliotecario, l'insegnante di francese.

A Hong Kong mi raggiunse un dispaccio in cui Ottone mi diceva che al ritorno avrei dovuto parlare con il suo successore nell'ufficio di Londra, Alfredo Pieroni, e da lì iniziai il mio lavoro al *Corriere della Sera*.

Per dieci anni mai un articolo firmato. Il mio nome sul giornale compariva soltanto in occasione dei necrologi, mescolato agli altri della redazione. Ero tra gli autori delle

condoglianze, in ordine rigorosamente alfabetico, prima di Eugenio Montale e di Indro Montanelli.

Giovanni Floris

conduttore di Ballarò (Rai Tre)

Il primo pezzo che mi hanno pubblicato si intitolava *Casale Rocchi chiede il bus* e raccontava di come Casale Rocchi, il quartiere di Roma dove andavo a giocare a pallone, non fosse servito dai trasporti pubblici.

Non potevo non notarlo, dato che agli allenamenti dovevano accompagnarmi i miei genitori in auto o qualche amico in motorino.

Proposi la notizia all'inserto "Quartieri" del *Messaggero* e me la pubblicarono. Era l'11 febbraio del 1987, io avevo diciannove anni.

Lo posso dire con certezza perché quell'articolo ce l'ho ancora, incorniciato e appeso nella parete del mio studio a casa.

Qualche settimana dopo, mi pubblicarono un secondo pezzo su un negozio di maghi che aveva aperto sotto casa di un mio amico.

In realtà, il mio primo giornale fu quello che, in seconda media, realizzammo con quattro compagni di classe: ci tassammo per comprare un ciclostile e fu così che prese vita *Ring*.

All'inizio parlava solo della nostra scuola, ma già dal secondo numero iniziammo a scrivere di cinema, cultura, problemi del quartiere.

Marino Sinibaldi

conduttore radiofonico di *Fahrenheit*, programma di Radio3 Rai dedicato ai libri e alle recensioni

Ho cominciato due volte io con il mondo dell'informazione.

Una prima sulla carta stampata, con un articolo su una rivista che si chiamava *Ombre rosse*: un'inchiesta sugli studenti, era il 1976. Avevo un'idea della cultura che metteva in alto la parola scritta, più tardi ho scoperto la radio e ho capito che quel linguaggio era più adatto a me. Non sono mai diventato un giornalista professionista, non l'ho voluto, sono un conduttore radiofonico.

La seconda volta ho ricominciato da *Radio3*, erano gli anni '80 e mi furono affidate una serie di interviste agli scrittori. L'intervista in diretta non è una chiacchierata fra amici, va preparata, le domande devono essere efficaci, bisogna saper interrompere l'intervistato, evitare le risposte lunghe e noiose e sapere una cosa: tutto quello che fai e dici arriva senza mediazioni agli ascoltatori.

Capitolo 5

Le fonti

Le fonti

Ma le notizie da dove arrivano? Come fa un giornalista a venire a sapere quello di cui poi scrive? La risposta è: grazie alle fonti.

Sì, d'accordo, ma chi o che cosa è una fonte? Intanto vanno distinte le fonti tra primarie e indirette. Si parla di **fonte primaria** quando il giornalista entra in contatto direttamente con i fatti che costituiscono la notizia.

Se il cronista assiste ad una scazzottata in consiglio comunale, non avrà bisogno del racconto di qualcun altro per poter descrivere quello che è accaduto. Lo ha visto con i propri occhi.

Certo, nel suo articolo citerà i testimoni, le persone che erano lì, i protagonisti, li intervisterà per capire meglio le cause che hanno scatenato quella reazione, le varie versioni. Ma saranno un "contorno" utile a descrivere stati d'animo e motivazioni, non a "fotografare" l'evento. In quel caso, la fonte della notizia è "primaria", arriva cioè al giornalista senza intermediari, senza bisogno che qualcuno racconti cosa è accaduto.

Ma non sempre c'è un cronista-testimone. Non sempre i giornali riescono a mandare un proprio incaricato ad assistere a tutti gli eventi programmati e spesso i capiredattori devono scegliere quali di questi seguire con un cronista sul posto e quali no.

Non parliamo poi degli avvenimenti imprevedibili come esplosioni, incidenti, terremoti, rapine ecc... In quel caso, essere presenti nell'attimo stesso in cui succede il fatto è molto raro.

Ecco allora che per ricostruire quanto è già avvenuto in qualche parte del mondo o della città, occorre affidarsi alle **fonti indirette**.

In questo termine rientrano tantissime figure:

sono fonti indirette di una notizia i testimoni di un incidente stradale, ma anche l'ufficio pubbliche relazioni della grande azienda farmaceutica che deve commentare i danni provocati dall'ultima crema auto-abbronzante.

È una fonte indiretta la questura, il lettore che segnala qualcosa che non funziona negli uffici comunali.

Sono fonti indirette le **agenzie di informazione o di stampa**, società giornalistiche che forniscono i loro servizi non a un pubblico indifferenziato, ma ai giornali, alle televisioni, ai media in generale che a loro volta li utilizzano direttamente o integrandoli con altre notizie, ma sempre verificandole.

Le agenzie di informazione sono poco note al grande pubblico, però senza di loro i quotidiani, le radio, le televisioni avrebbero molte meno notizie perché soprattutto le testate locali non possono permettersi (per una questione di costi) corrispondenti all'estero o anche soltanto in tutte le altre regioni italiane fuori dai confini della loro diffusione. Invece, in cambio di un abbonamento, le agenzie con la loro rete di corrispondenti coprono proprio questo servizio.

La principale agenzia italiana è l'ANSA (Agenzia nazionale stampa associata, è stata fondata nel 1945).

Le più importanti al mondo, invece, sono *Reuters* e *AP* (Associated Press).

LE NOTIZIE VOLAVANO COL PICCIONE

La prima agenzia di informazioni nacque a Parigi nel 1835.

Si chiamava *Havas*, come il suo fondatore, Charles Louis Havas. All'inizio trasmetteva ai giornali parigini quotazioni e prezzi sui mercati di Londra e Bruxelles. Subito dopo, i giornali iniziarono a richiedere notizie politiche, militari e diplomatiche su Gran

Bretagna e Belgio. Per fornire queste informazioni l'Havas utilizzò tutte le tecnologie che l'epoca permetteva, dai piccioni viaggiatori ai corrieri, dal telegrafo ottico a quello elettrico.

Il successo fu tale che l'impresa fu imitata. Due ex impiegati di monsieur *Havas*, Paul Julius Reuter e Bernhardt Wolff, decisero di mettersi in proprio.

Il primo fondò a Londra, nel 1851, quella che ancora oggi è una delle più grandi agenzie del mondo (*Reuters*), il secondo creò la sua società a Berlino nel 1849. Negli stessi anni gli Stati Uniti, dove la *penny press* (vedi pag. 34) stava rivoluzionando e allargando il mercato, videro apparire la *New York Associated Press*: al contrario delle altre, era una società creata dai maggiori quotidiani della città per assicurarsi a basso costo notizie da altre nazioni o da altri stati degli stessi Usa.

Più tardi, nel 1882, fu fondata la *United Press*.

In Italia la prima agenzia di stampa fu voluta da Cavour.

A raccoglierne il suggerimento pensò un giornalista veneziano, Guglielmo Stefani. Dal 1853 *La Stefani* divenne la voce ufficiosa dell'allora governo piemontese e poi di quello dell'Italia unita. Compromessa col fascismo, *La Stefani* non superò la seconda guerra mondiale. Nel 1945, a Roma, nacque l'*ANSA*, che era ed è di proprietà della gran parte degli editori di quotidiani italiani. Come arrivano ora ai giornali le notizie delle agenzie? I redattori se le ritrovano sul computer tramite la trasmissione dati su cavo telefonico o fibra ottica.

Ma fino a venti anni fa imperavano ancora le telescriventi, rumorose macchine da scrivere messe in azione dall'esterno tra-

mite il cavo telefonico su cui viaggiavano gli aggiornamenti diramati dalle varie agenzie.

Sopra le telescriventi (e spesso anche per terra) si ammucciano rotoli e rotoli di carta stampata che venivano tagliati notizia per notizia. I fogli venivano poi distribuiti sulle scrivanie dei singoli redattori che dovevano utilizzarli per i loro articoli.

VERIFICARE LE FONTI

Quello che dice una fonte va sempre verificato. È una delle prime cose che insegnano nelle scuole di giornalismo. **Esempio:** qualcuno racconta che ha visto scappare una pantera dal circo. Possiamo scrivere sul giornale subito questa notizia? Assolutamente no, nemmeno se conoscessimo la persona che ce lo sta raccontando, nemmeno se la riteniamo fidata.

Per prima cosa chiameremo il circo e poi le forze dell'ordine per sapere se è davvero scattato questo allarme. Insomma, controlleremo le affermazioni della nostra fonte, cercheremo i riscontri perché non bisogna mai prendere per verità quello che viene da una sola voce.

Anche quando tutto sembra combaciare, fate in modo di avere un dubbio, una domanda ancora per accertare le cose, fate uno sforzo per leggerle sotto una luce diversa.

Devo svelare al lettore chi è la mia fonte? Se possibile sì.

È buona regola attribuire le informazioni a chi le fornisce. Meglio con nome e cognome, ma se non si può per particolari condizioni, almeno si deve spiegare a chi ci legge da quale istituzione o associazione arriva la noti-

zia. Se non potete dire che quel fatto vi è stato raccontato dalla vostra amica Michela, almeno dite che proviene da uno dei ragazzi della II C.

Se vi sembra che questo sveli troppo la cosa e possa mettere nei guai chi vi ha fornito l'informazione, dite che è uno degli studenti della scuola. Questo perché per il lettore può essere importante capire, ad esempio, se si tratta di una notizia fornita da un alunno o da un professore.

Se la preside della scuola annuncia di aver deciso di vietare l'accesso al giardino durante la ricreazione perché per tre volte qualcuno ne ha approfittato per rompere panchine e lampioni, voi riporterete le dichiarazioni attribuendole a lei, senza dare per scontato che le cose siano andate così.

A meno che non abbiate altre conferme o lo abbiate visto capitare davanti ai vostri occhi.

In pratica non scriverete: "Per tre volte qualcuno ha distrutto le panchine del giardino e per questo la preside ha deciso di vietare l'accesso durante l'intervallo".

È più corretto: *La preside dice che per tre volte qualcuno ha distrutto le panchine approfittando dei minuti di ricreazione e per questo ha deciso di vietare l'accesso agli studenti.*

Come vedete, nella seconda versione non vi siete presi la responsabilità di dare per vero un fatto che vi è stato raccontato ("qualcuno ha distrutto per tre volte le panchine") da una sola fonte, sia pure autorevole come la preside. Potete rinunciare a questa cautela se scovate altre testimonianze che

vi dicono la stessa cosa, cioè se trovate segretari, professori o studenti che vi confermano che durante la ricreazione qualcuno ha danneggiato panchine e lampioni.

Trovare riscontri è importantissimo, non è altro che una ricostruzione uguale dello stesso fatto, ma riferita da una fonte diversa e indipendente dalla prima. Se due fonti vi raccontano la stessa cosa, potete iniziare a sospettare che i fatti siano effettivamente andati così.

La sicurezza cresce se aumentano le conferme.

FONTI ANONIME

Che fare se la fonte chiede di rimanere anonima? È un caso che capita spesso. Ci possono essere tante motivazioni: la più comune è che la persona che vi segnala un fatto abbia paura di ritorsioni se si viene a sapere che è stata lei a dare la notizia. Come comportarsi? Intanto bisogna vedere se si tratta di una fonte abituale.

Se è così, avrete già avuto modo di verificare se è una persona attendibile, che non racconta bugie. Non è sufficiente, ma certo vi permette di valutare in un certo modo quello che vi ha riferito. Se non la conoscete, invece, se è la prima volta che vi fornisce una notizia, allora la richiesta di non comparire vi obbliga a fare attenzione.

Cercate molte conferme, verificate punto per punto con altre fonti quello che vi ha detto la prima.

Si possono scrivere articoli in cui non fate individuare la fonte della notizia, ma ricordatevi che le vostre responsabilità aumentano. È come se diceste al lettore: «Non ti posso dire chi mi ha detto questa cosa, ma fidati: ho controllato, è così».

Solo che se poi le cose non stanno in quel modo, avrete tradito la fiducia di

chi vi legge. E il vostro articolo successivo potrebbe non essere mai pubblicato oppure potrebbe avere pochi lettori.

La credibilità, la garanzia di agire in buona fede, lo abbiamo già detto, è il **capitale più importante del giornalista**.

Torniamo alle fonti. Perché vi raccontano una notizia? Tutti hanno uno scopo, più o meno nobile. Anzi, quelli che lo fanno per far trionfare il bene sono tutto sommato pochi. C'è chi racconta le cose ai giornali per mettere in difficoltà un avversario, chi si vuole vendicare di chi gli ha fatto un torto. Altri vogliono un quarto d'ora di celebrità oppure cercano di denunciare qualche reato che non hanno avuto il coraggio di segnalare alla polizia.

È bene capire le motivazioni che muovono la fonte.

Così sarà più facile prendere le misure. Non è comunque vostro compito giudicare chi vi racconta un fatto: la cosa importante è verificare e pubblicare la notizia, se lo merita.

Gli antichi romani dicevano che le parole volano, ma gli scritti rimangono. È decisamente una buona osservazione. Se vi viene svelato qualcosa di delicato, cercate sempre di farvi consegnare i documenti che lo provano o che provano alcuni particolari del racconto.

Vanno bene pagine dattiloscritte, fotografie, fotocopie di atti ufficiali. Qualcosa che, in caso di contestazione, vi aiuti a dimostrare che non vi siete inventati niente.

I RECORD

LA SCONFITTA DI NAPOLEONE

Capitolo 6

Le Pagine

Le pagine

LO SCHEMA DEL GIORNALE: IL TIMONE

Il primo passo per costruire un giornale è quello di pensare al timone. A cosa serve il timone di una nave se siete in mare?

A mantenere la rotta, a farvi navigare in una certa direzione. Ecco, il timone di un giornale ha la stessa funzione: servirà a guidarvi, a dare ordine alla vostra navigazione nel corso della giornata che magari sarà piena di tempeste, di notizie che arrivano all'ultimo minuto.

Il **timone** è lo **schema su cui viene disegnata la successione delle varie pagine** (la prima e poi di seguito la 2, la 3, la 4 e così via) del giornale.

Questo che vedete qui sotto è uno dei timoni che potrete costruire usando il **CD** allegato al libro.



È lì che potete decidere gli argomenti generali.

Si andrà in ordine di importanza, ma anche raggruppando notizie dello stesso tipo.

Timone:

Così nascono le varie sezioni: la cronaca, lo sport, la politica, gli spettacoli, l'economia, la cultura.

Menabò:

La successione ordinata degli argomenti aiuta il lettore a trovare in fretta quel che gli interessa.

Immaginate di essere a Torino e di voler andare allo stadio a vedere la partita della Juve, non vi ricordate se la gara inizia alle 15 o alle 15.30: aprite *La Repubblica* e sapete che le pagine dello sport, dove ci sarà l'informazione che cercate, si trovano in genere oltre la metà del giornale, prima delle cronache locali (là dove sono presenti), dopo la cultura.

Torniamo in redazione e apriamo adesso la porta della stanza grande in fondo al corridoio, dove è in corso la riunione. Non facciamo rumore, ma stiamo ad ascoltare quello che succede.

Intorno al tavolo ci sono il direttore, i responsabili dei vari servizi, i redattori che non sono in quel momento impegnati a cercare notizie. Organizzano il lavoro nel corso della giornata: ci sono alcuni avvenimenti previsti (una partita di calcio, l'approvazione di una legge, la sentenza di un processo), altri in corso.

Di questi si possono fare previsioni, ma nessuno sa con certezza come si svilupperanno. C'è qualche redattore che da giorni sta lavorando su un'inchiesta e oggi potrebbe mettersi a scriverla.

Insomma in riunione si presenta una specie di menu, con le pietanze che si hanno a disposizione o quelle che si prevede saranno "cotte" entro l'orario di chiusura del giornale.

Sulla base di queste considerazioni si butta giù il primo timone della gior-

nata. Il direttore dice che il fatto più importante di oggi è un avvenimento di cronaca nera. Decide: «Dedichiamo a quella storia la seconda, la terza e la quarta pagina». E poi aggiunge: «Le altre fino alla 7 sono per la politica: oggi approvano la nuova legge sulla scuola».

Poi la suddivisione degli spazi prosegue.

Il responsabile degli spettacoli fa presente che c'è in città la rock band del momento, prima in classifica da dieci settimane con un nuovo album, e uno dei più grandi attori degli ultimi trent'anni, che porta in teatro un'opera inedita. Il direttore non ha dubbi: «Oggi gli spettacoli devono avere spazio.

Avrete quattro pagine... mmmhhh... vediamo... la 8 e la 12 sono tutte piene di pubblicità... allora va bene... dalla 9 alla 13 sono per il rock e il teatro».

Ma non è finita qui. «Ah, già – sorride il direttore – non vorremo dimenticarci lo sport. Ecco, gli dedicheremo le ultime tre pagine. Anzi: meglio essere precisi. Due sono per il calcio, l'ultima se la divideranno basket e tennis».

Ma il timone, in un giornale, serve anche ad altro.

È qui che vengono segnati gli **spazi per la pubblicità**. Così chi deve organizzare sa non solo quante pagine ha a disposizione, ma anche quanto spazio c'è in ognuna. È chiaro che avere una pagina occupata per metà da un'inserzione pubblicitaria non è la stessa cosa che averla completamente libera.

E anche dalla quantità di spazio che abbiamo a disposizione possono dipendere le scelte sul numero di articoli da dedicare a questo o quell'argomento, se mettere due o tre foto, se aggiungere un commento.

Progettare un buon timone vuol dire mettere le basi per costruire un buon giornale.

Un giornale è un ponte verso i lettori. Ogni copia è un invito, ogni numero un appuntamento. Riunire argomenti simili o far trovare sempre le stesse sezioni nella medesima zona dello “sfoglio” semplifica la vita di chi legge. Nei timoni che potrete realizzare con il programma **Il mio giornale** non troverete gli spazi pubblicitari. Per il resto, però, tutto funziona come in un quotidiano: preparatevi a scegliere i temi generali, e poi a scegliere il menabò.

LA PAGINA: IL MENABÒ

Se il timone è lo schema del giornale, il menabò è quello della pagina. In pratica si tratta del **disegno con cui si progetta come disporre gli articoli, le foto, le didascalie**. Non solo: nel menabò decidete anche la **larghezza dei titoli**, la **lunghezza dei “pezzi”** e la **posizione** che avranno nella pagina del vostro giornale.

Nel programma **Il mio giornale** trovate alcuni menabò già pronti. Trascinandoli sul campo “timone” potrete costruirvi la sequenza dei fogli per realizzare il giornale che piace più a voi o che pensate più adatto ai vostri lettori.

Ma per capire come si realizza un menabò bisogna prima prendere dimestichezza con alcune parole del gergo giornalistico e con il loro significato riferito ai “blocchi” della pagina.

L'APERTURA, LA SPALLA, IL TAGLIO E IL FOGLIETTONE

“Apertura”, “spalla”, “taglio”, “fogliettone” sono alcuni dei termini per indicare la posizione in pagina degli articoli.

L'**apertura** è l'articolo (e il titolo) che sta in alto a sinistra. La **spalla** è in alto

a destra, mentre il **taglio** si distingue in “medio” (a metà pagina) e “basso” (in fondo). In realtà quest’ultimo articolo, soprattutto quando si tratta della prima pagina, è chiamato spesso **fogliettone**.

FOGLIETTONE

Viene dal francese “feuilleton”, termine con cui si indicavano i romanzi d’amore e d’avventura pubblicati spesso a puntate sui giornali. Poi la parola è passata a indicare la posizione in cui vengono riportate nella pagina notizie curiose o che colgono aspetti di costume, di modi di vivere, insomma uno spazio con notizie più leggere.

I termini non sono immutabili, il linguaggio è in continua trasformazione e col passare delle generazioni alcune parole assumono significati diversi. La stessa “apertura”, che indica l’articolo in alto a sinistra, sempre più spesso viene usata comunque per l’articolo con il titolo più grande della pagina e, di conseguenza, quello con la notizia più importante. Per spiegare quali siano i rapporti tra notizia e spazio, torniamo al nostro menabò.

DAL PIÙ GRANDE AL PIÙ PICCOLO

Ogni giornalista vi darà la sua ricetta “sicura” per costruire un buon timone, un’ottima pagina e uno stupefacente giornale. Sempre di più nei quotidiani moderni la grafica cerca nuove strade.

Per iniziare è bene stare sul semplice e pensare che conviene assecondare ciò che ci viene naturale: dal grande si passa al piccolo.

È quello che il nostro cervello e il nostro occhio fanno automaticamente. Ed è quello che va fatto quando si “pensa” una pagina di giornale.

Ecco quindi che nell’articolo con il titolo più grande va messa la notizia più importante della pagina. Questo è solo apparentemente semplice. Perché in realtà vi costringe già a una scelta.

Dovete decidere qual è la notizia più rilevante.

E dopo? Il passo successivo è un po’ più complicato. In genere il secondo articolo per ordine di importanza dovrebbe accogliere la seconda notizia e così via. Ma può accadere di fare altre scelte.

Per esempio, potreste avere un’intervista in cui si sviluppa il tema dell’articolo di apertura. In quel caso la dovrete mettere per forza lì vicino.

Bisogna costruire pagine ordinate e riunire gli argomenti per settori, cioè evitare di piazzare un articolo di cronaca sotto a uno di sport.

Se avete una storia curiosa da raccontare, il suo spazio “predestinato” è il foglietto, ma potete anche decidere di sistemarla a centro pagina o in una spalla.

Come vedete, il menabò non è mai congelato. In un giornale è in perenne cambiamento. Le pagine di un quotidiano sono veramente finite solo quando vengono stampate. Fino a un minuto prima possono essere modificate in corsa. Ed è esattamente quello che capita ogni giorno.

Hanno detto:

«La preghiera del mattino dell'uomo moderno è la lettura del giornale»

Georg Friedrich Hegel

LA TV

In un centro commerciale di Londra, un ingegnere scozzese mostra per la prima volta la trasmissione a distanza di immagini in movimento: è il 1925 e da quella scoperta nascerà la televisione. In Italia qualche esperimento viene tentato a metà degli anni Trenta, ma bisognerà aspettare gli anni Cinquanta per poter parlare davvero di televisione con il debutto della *Rai* e con il via ai programmi nel 1954.

Allora c'era un solo canale e trasmetteva immagini in bianco e nero. Nel 1961 viene inaugurato il secondo e più tardi il terzo. Anche i giornali si accorgono del fenomeno e introducono nelle loro pagine rubriche dedicate proprio al commento e agli annunci dei programmi tv.

Dalla seconda metà degli anni Settanta si diffondono le televisioni locali e più tardi quelle commerciali, si affaccia sulla scena nazionale Silvio Berlusconi. E nel 1980 debutta *Canale 5*, destinato a diventare il principale concorrente dei canali *Rai*.

Al di là dei contenuti e dei programmi, c'è una differenza sostanziale da cogliere. In Italia, come altrove, ci sono due tipi di televisioni. Quella pubblica, che si sostiene sia attraverso il pagamento del canone, sia grazie alla pubblicità, e le televisioni commerciali, che possono contare invece solo su quest'ultima.

Capitolo 7



Il titolo

Il titolo è il primo impatto del lettore con la notizia, l'estrema sintesi dell'articolo. È come una bandierina che dovrebbe attirare l'attenzione di chi sfoglia il giornale e spingerlo a leggere il pezzo che sta sotto.

Su come si fa ci sono diverse scuole di pensiero, noi vi forniremo qui poche e semplici regole. Ma prima andiamo a vedere che cosa è esattamente un titolo. E per capirlo dobbiamo fermarci un attimo su due parole che stanno alla base del lavoro in tipografia: carattere e corpo.

IL CARATTERE E IL CORPO

Il carattere è il segno grafico con cui lettere e numeri sono impressi sulla pagina. Ha diverse "famiglie", a seconda delle loro caratteristiche: c'è il **bastone** - come l'Arial - chiamato così perché le aste delle lettere terminano in maniera netta, come dei bastoni appunto.

Oppure i caratteri **con le grazie**, caratterizzati da aste più piccole e ricurve. Il Times è uno di questi ed è utilizzato da molti giornali. In genere ogni quotidiano viene stampato con lo stesso carattere, al massimo ne vengono utilizzati due, ma ciascuno con un ruolo ben preciso.

Ad esempio, un carattere per i testi e per i titoli, un altro per le didascalie.

All'interno dello stesso carattere, poi, ci sono ulteriori suddivisioni. Abbiamo il **tondo** (quello che state leggendo ora, potremmo definirlo "normale"). E poi il **grassetto** (o "neretto") e il **corsivo** (con tutte le lettere inclinate): di solito quest'ultimo si usa per i commenti.

Il **corpo** indica la grandezza del carattere e si esprime con un numero che

indica i “punti tipografici” di cui è composto. È abbastanza inutile andare a vedere a cosa equivalgono questi ultimi. L'importante è capire che più è alto il corpo e più grande sarà il carattere.

Quindi se si dice che un articolo è scritto in “corpo 8”, per capire cosa vuol dire basta che voi pensiate che questo equivale alla grandezza con cui sono stampati gli articoli di molti quotidiani.

In un giornale, però, voi trovate anche lettere più grandi. Sono quelle dei titoli e degli altri elementi in pagina insieme all'articolo.

TITOLO, OCCHIELLO, CATENACCIO E SOMMARIO

Il **titolo** di solito è composto da alcuni elementi essenziali: il titolo vero e proprio, la riga che sta sopra che si chiama **occhiello**, quella sotto che si chiama **catenaccio**.

Occhiello e catenaccio usano caratteri più piccoli (cioè hanno un corpo più basso) rispetto al titolo. In alcuni giornali il catenaccio era preceduto da un'altra riga, il **sommario**, ormai poco usato.

Con la stessa parola oggi si indicano quei titoletti che stanno dentro all'articolo e che sono scritti in un corpo più grande.

I RECORD

IL PRIMO QUOTIDIANO

Per capire meglio, guardate l'immagine qui sopra, che riproduce un titolo di giornale e quali sono gli elementi di cui abbiamo parlato.

Adesso proviamo a spiegare come si fa un titolo.

Ricordate cosa abbiamo detto per la struttura della pagina? Che l'occhio umano va automaticamente dal più grande al più piccolo.

In quel caso parlavamo del passaggio dall'apertura alla spalla, poi al taglio e quindi al fondo pagina.

Lo stesso meccanismo vale per il titolo. **L'occhio si appunta subito sulla riga con i caratteri più grandi**, poi scivola sul catenaccio, infine risale all'occhiello. Nel comporre il titolo non dovremo fare altro che assecondare questo meccanismo della vista e applicare la regola delle cinque W (Chi? Dove? Quando? Come? Perché?) per dare a chi apre la pagina subito tutte le informazioni.

«TOGLI TUTTO, RESTA IL TITOLO»

«Togli tutto, resta il titolo». Un tempo si diceva così per spiegare ai giovani aspiranti giornalisti come si imposta un articolo. La frase voleva dire che portando alle estreme conseguenze il riassunto della notizia, togliendo prima le cose superflue, poi i particolari secondari, poi quelli importanti ma non decisivi, alla fine restava il nocciolo, l'essenza della storia. Un elemento che si riassume in una manciata di parole: il titolo, appunto.

Attenzione, però. **Il titolo non deve essere solo preciso e sintetico. Deve anche essere accattivante**, capace di colpire. Deve spingere il lettore a proseguire, deve portarlo a gettarsi nella lettura del pezzo.

Tutto facile? No, perché ogni volta che vi cimenterete in un titolo avrete a che fare con la “dittatura” dello spazio: una riga di titolo di apertura vi concede pochissime battute. Le **battute** sono l'insieme di lettere e spazi vuoti. Spesso sono 20-30, non di più.

Il catenaccio ne avrà una cinquantina, un'ottantina l'occhiello.

Quando proverete a fare i titoli, scoprirete che la **capacità di sintesi** è una delle due qualità che vi permetteranno di cavarvela bene.

L'altra è la **comprensione della notizia**.

Facciamo un **esempio**. Avete scritto un articolo sulla chiusura di un'aula della scuola perché il soffitto rischiava di cadere.

Avete messo un sacco di particolari, avete raccontato che non è nemmeno la prima volta che succede, avete intervistato la professoressa di Matematica che è stata la prima ad accorgersi della crepa sul muro, avete raccontato di come in questi giorni state facendo lezione in un laboratorio di informatica. Magari avete anche delle dichiarazioni del preside e degli studenti che erano in aula quando è scoppiata l'emergenza e tutti sono usciti in corridoio.

Avete tanto materiale, è vero. Ma la notizia, il nocciolo di tutto, il fatto per cui avete scritto l'articolo è uno solo.

E da lì dovete partire: *Chiusa l'aula della III B.*

E sotto il catenaccio: *Soffitto pericolante, spostate le lezioni.*

Sopra ci sarà l'occhiello: *La classe trasferita nel laboratorio. Il preside: «Tra due mesi tornerà tutto a posto». La prof.: «Così ho scoperto la crepa e ho dato l'allarme».*

RIGA DEL TITOLO

Nella riga del titolo, il lettore troverà la notizia secca:

- *Chiusa l'aula della III B.*

RIGA DEL CATENACCIO

Nel catenaccio è contenuta la spiegazione sull'origine dell'evento:

- *Soffitto pericolante*

e insieme a questa il lettore troverà gli effetti della notizia:

- *spostate le lezioni*

RIGA DELL'OCCHIELLO

Nell'occhiello il titolista avrà dato ulteriori particolari.

Uno specifica gli effetti della notizia:

- *La classe trasferita nel laboratorio.*

Un altro li limita nel tempo:

- *Il preside: «Tra due mesi tornerà tutto a posto».*

L'ultimo è il racconto di chi ha vissuto

in diretta l'emergenza:

- *«Così ho dato l'allarme».*

LA RETE

Prima di Internet c'era *Arpanet*, una rete creata a scopo militare e di ricerca dagli Stati Uniti.

È il 1969 quando quattro computer che stanno in due diverse università e città degli Usa vengono per la prima volta collegati fra loro e possono lavorare insieme a distanza.

Da quell'esperimento si sviluppa la rete *Arpanet* (Advanced Research Projects Agency).

I primi ad avere l'idea di far dialogare fra loro i computer a distanza sono, nel 1962, Joseph Licklider e Welden Clark, due professori del Massachusetts Institute of Technology (*MIT*). Di fatto li possiamo considerare i padri di Internet.

Servono però anni di ricerca e di studi per arrivare alla rete com'è oggi diffusa nel mondo: un capitolo decisivo in questa storia della rete l'ha avuta Tim Berners Lee che al Cern di Ginevra, nel 1991, fu tra i principali inventori del *www* (world wide web), cioè la possibilità di leggere i documenti in un ipertesto e di ordinarli in librerie (o pagine) collegate fra loro attraverso i link. Il grande balzo però è dagli anni '90, quando viene data l'autorizzazione alle società commerciali di connettersi alla rete rendendola fruibile a chiunque: è il boom, la trasformazione in un nuovo straordinario mezzo di comunicazione.

Capitolo 8

Co me fun zio NA
il CD

Come si usa il CD

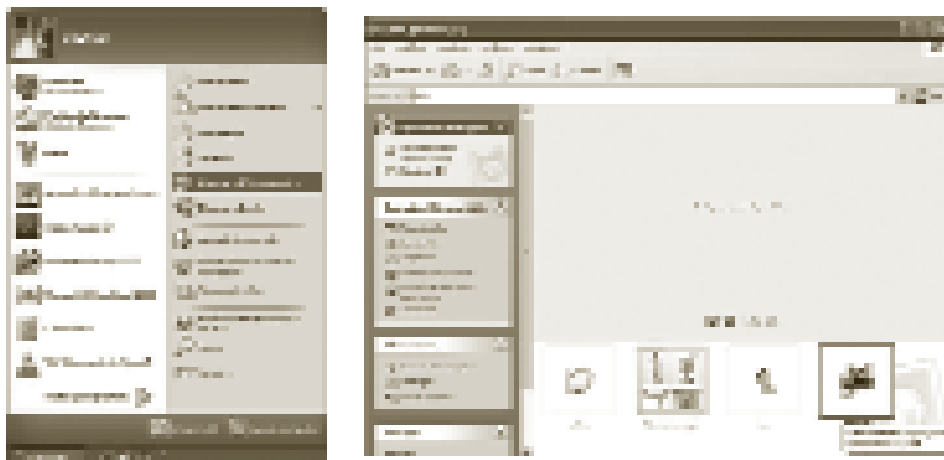
Adesso potete realizzare il vostro giornale. Le note che seguono non vi devono spaventare: il programma è molto intuitivo, è più complicato spiegarlo con le parole piuttosto che usarlo. Questo capitolo sull'uso del **CD** è soltanto un ulteriore aiuto.

Potete leggerlo prima di cominciare oppure venire a sfogliarlo se avete qualche dubbio in corso d'opera. Altri consigli li trovate direttamente nel programma cliccando il bottone **aiuto**.

Prendete il **CD-rom** che avete trovato insieme al libro e inseritelo nel lettore del computer. Dovrebbe partire l'*autoplay* e inizierà la procedura di installazione.

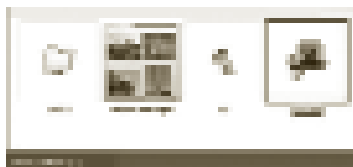


Se questo non avviene, allora da **Risorse del computer** entrate nella cartella del **CD-rom** e cliccate voi su **installa**.

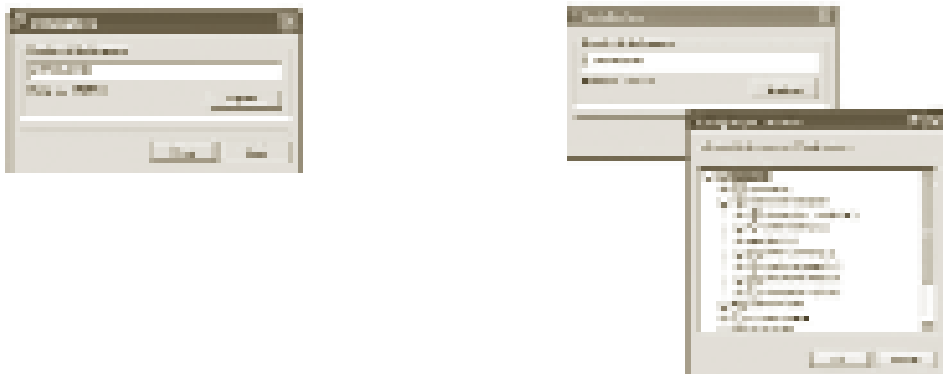


DIRECTORY DI DESTINAZIONE

Il programma di installazione vi chiederà dove volete mettere **Il mio giornale**. Potete accettare l'indicazione che vi viene data, che lo posiziona sotto **Programmi** (scelta consigliata):



Oppure potete scegliere un'altra destinazione: cliccate su esplora e scegliete una voce dell'elenco, per esempio **Desktop**.



Una volta che il programma è installato, potete iniziare a lavorare.

LANCIARE IL PROGRAMMA

Sul desktop troverete l'icona **Il mio giornale**. Cliccate sull'icona. Si aprirà la prima schermata.



Qui potete fare subito tre cose:

- 1** dare un nome al vostro timone, in modo da salvarlo e poi ritrovarlo quando ne avrete bisogno. Potreste attribuirgli la data del giornale, ad esempio “Aprile 2009”;
- 2** scegliere il numero di pagine di cui si comporrà il vostro timone e di conseguenza il giornale. La lunghezza va da 2 a 12 pagine;
- 3** decidere la prima pagina. Il programma vi dà quattro modelli. Cliccate su quello che vi sembra più adatto. Diventerà scuro (vedi immagine a pagina 96).

A quel punto potrete fare il passo successivo, cliccando sul tasto **prosegui**.

IL TIMONE

Ora siete dentro il timone. Come avevamo detto nei capitoli precedenti, è il momento in cui in una redazione si decide come costruire il giornale, per poi dedicarsi alla scrittura di articoli e titoli.



Voi avete il timone con il numero di pagine scelto in precedenza. Sono spazi vuoti e vanno riempiti con i modelli che vi sembrano più adatti. Innanzi tutto dovete mettere a posto la prima pagina.



L'avete già scelta nella schermata precedente. Ora la trovate in alto a destra e con il mouse dovete cliccarci sopra e trascinarla nel suo spazio, indicato appunto con 1.

Lo stesso farete per le altre pagine.

Nella colonna di destra ci sono undici modelli oltre alla prima pagina. Potete sceglierli e trascinarli uno alla volta nel timone, in modo da costruire velocemente il vostro giornale.

Per far scorrere i modelli fra cui scegliere, potete cliccare sulle due **freccine** che si trovano in alto e in basso sempre nella colonna a destra della schermata. Se i modelli non appaiono subito, date al programma qualche secondo.

Quando avrete riempito tutti gli spazi vuoti del timone, il progetto del vostro giornale sarà terminato. Ora dovrete realizzarlo.

Cliccate quindi sul bottone **scrivi il giornale**.

Se invece avete dei ripensamenti, potete premere sul bottone **indietro** e ricominciare.

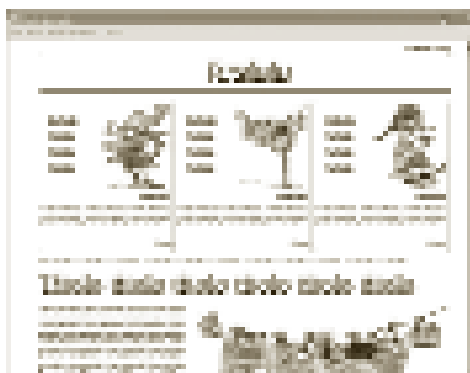
Per spostarvi all'interno del timone potete usare il tasto **Vai a** sulla barra menu. Troverete l'opzione **pagina successiva** (Ctrl + n) e quella **pagina precedente** (Ctrl + p) che vi permetteranno di sfogliare le varie pagine.



ARTICOLI, TITOLI E DIDASCALIE

Vi apparirà sullo schermo la prima pagina, quella che avete indicato al momento di impostare il timone. In tutte le pagine avrete alcuni campi in cui intervenire direttamente, scrivendo nello spazio apposito. È il caso dei titoli, degli occhielli, dei catenacci, dei sommari e delle didascalie.

Cliccate sopra lo spazio "Titolo titolo titolo", cancellate tutto e scrivete.



Invece per gli articoli avverrà una cosa diversa. Cliccate sopra l'articolo. A questo punto si aprirà una nuova schermata. Sulla destra vedrete una colonna dove troverete ripetuto più volte "Testo articolo, testo articolo".



Selezionate tutto e cancellate. Ora potete iniziare a scrivere il “pezzo”. Sopra trovate l’indicazione della lunghezza (**stima righe**) e la segnalazione di quanto avete scritto (**righe immesse**).

Ricordatevi, infatti, che gli articoli non possono essere lunghi quanto volete voi.

Quando, scrivendo, arriverete in fondo, il cursore si bloccherà. In quel caso dovrete sistemare l’articolo in modo da rimanere entro il limite.

Il comportamento invece sarà un po’ diverso se tenterete di incollare un testo troppo lungo. Il programma vi permetterà di farlo, ma vi segnalerà quante righe eccedenti ci sono e in più si attiverà il contatore dei **caratteri eccedenti**. Dovrete tagliare il testo fino a portare le “righe immesse” alla stessa cifra della “stima righe”.

Se l’articolo è della misura giusta, potete cliccare sul bottone **in pagina** e tornerete alla schermata da cui eravate partiti. Ma questa volta vedrete che nello spazio dedicato all’articolo c’è il brano che avete appena scritto.



Attenzione, mentre il programma non vi permette di inserire testi troppo lunghi, vi consente invece di mettere in pagina articoli anche più brevi della lunghezza massima prevista.

Questo accade per darvi un po’ di flessibilità. Ma non esagerate: non mettete in pagina articoli troppo corti. Tenete presente che la firma rimane in coda all’articolo, quindi rischiereste di vedere tra la

fine del pezzo e la firma un sacco di spazio bianco. Troppo bianco. Invece due o tre righe vuote alla fine del pezzo sono accettabili.

FUNZIONI “COPIA” E “INCOLLA”

Torniamo alla schermata che vi permette di scrivere l'articolo. Vedete in fondo altri due bottoni, **copia** e **incolla**.

Servono proprio a spostare brani dell'articolo oppure a inserire nello spazio-articolo un testo prodotto da un'altra parte, magari spedito via e-mail o trasferito su una pennina usb.

Immaginiamo che un vostro amico scriva un articolo per il vostro giornale utilizzando un comune programma di scrittura, ad esempio Word® di Microsoft. Voi potrete aprire questo file, selezionare il testo, dare il comando “copia” (si può usare il tasto destro del mouse): poi aprite la schermata de **Il mio giornale** con lo spazio per l'articolo e a questo punto premete il pulsante “incolla”.

L'articolo sarà trasferito dal file che vi ha inviato il vostro amico allo spazio-articolo. Guardate la stima delle righe. Se il testo è troppo lungo, cioè se avete immesso più righe di quelle previste, dovrete tagliare. Il contatore “righe immesse” cambierà nome e vi segnalerà la quantità di **righe eccedenti**. Inoltre si attiverà, come avevamo detto prima, il contatore **caratteri eccedenti**.

Quando avrete portato l'articolo alla misura giusta, anche in questo caso per metterlo nel giornale premete il bottone **in pagina**. Ricordatevi sempre che soltanto dopo aver scritto l'articolo si fanno i titoli e i sommari.

TESTATA, SEZIONE E DATA

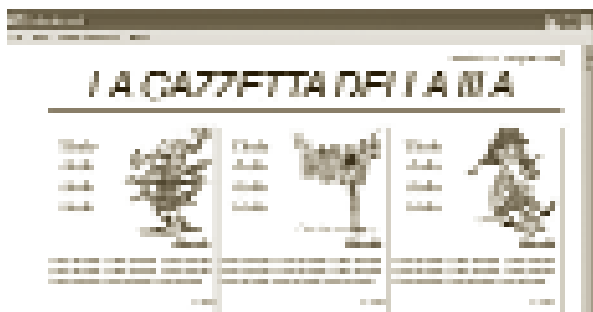
Torniamo brevemente al momento in cui iniziate a comporre il giornale dopo aver selezionato il timone.

Come abbiamo già visto, si parte dalla prima pagina. Dovete iniziare dalla scelta della testata, cioè il nome da dare al vostro giornale.

Ci sono quattro modelli di prima pagina. Tre prevedono una testata su una sola riga, uno ve ne mette a disposizione due.

Quest'ultimo lo sceglierete se il nome del vostro giornale si dovesse rivelare troppo lungo per una riga sola. Immaginiamo che abbiate scelto di chiamarlo "La Gazzetta della III A".

In generale vi consigliamo di scrivere la testata tutta maiuscola, ma potete anche fare diversamente.



Il nome della testata va scritto anche in ogni pagina in alto a sinistra, ma questa volta vi suggeriamo di farlo usando maiuscole e minuscole.

Continuiamo nell'esempio: "La Gazzetta della III A" lo scriveremo in tutte le pagine nell'apposito spazio. E sempre in questo spazio potete scrivere la sezione, se siete riusciti a radunare in una pagina gli articoli dello stesso

argomento. Per proseguire con l'esempio di prima, a pagina 6 potreste scrivere nella testata in alto a sinistra: "La Gazzetta della III A - Sport", se li avete riportato i risultati e i commenti sul torneo di pallavolo a cui ha partecipato la vostra classe e l'annuncio delle prossime partite di calcio.

LE IMMAGINI

Mettere le immagini in pagina è semplice.

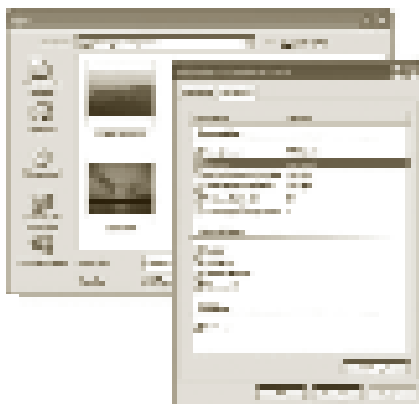
Cliccate nella zona che nel modello da voi scelto occupa lo spazio destinato a foto o disegni. Si aprirà una finestra che vi chiederà da dove prelevare l'immagine.

Potete usare foto o disegni passati allo scanner, oppure scegliere le immagini contenute nella **libreria immagini** del **CD**. Scelto il file dell'immagine, basterà cliccarci sopra due volte per vederlo comparire in pagina.



Dovete sempre rispettare le proporzioni dello spazio immagine, perché il programma tenterà di adattare la vostra foto o il vostro disegno allo spazio a disposizione, quindi se tenterete di far entrare una foto che ha proporzioni diverse, rischierete di vederla deformata. Se la differenza è poca, la deformazione sarà quasi impercettibile. Ma se tentate di inserire un'immagine orizzontale in uno spazio verticale o viceversa, vi accorgete che l'effetto non sarà dei migliori. Cercate bene tra

le vostre foto o tra i vostri disegni e se non avete nulla che si adatti, cercate di lavorare con qualche programma di semplice fotoritocco per “tagliare” l’immagine secondo le esigenze.



ATTENZIONE: il programma non accetta immagini di dimensioni elevate. In particolare non si può superare la grandezza di 900 per 900 pixel.

In genere, per sapere quale è il formato della vostra immagine basta appoggiarci sopra il puntatore del mouse: dopo qualche secondo appare una finestra che vi dà anche questa informazione.

Se non è sufficiente, cliccateci sopra con il tasto destro del mouse. Si apre una finestra, andate su **proprietà**. Si apre un’altra finestra. Cliccate su **riepilogo**. Se appare una maschera vuota, cliccate su **avanzate**: un’altra maschera vi dirà quanti pixel ha l’immagine in larghezza e altezza.

FOTORITOCO: nel **CD**, nella **cartella extra**, troverete il programma free-ware **Paint.Net**, che vi potrà essere utile per tagliare le immagini secondo le vostre esigenze.

I SALVATAGGI

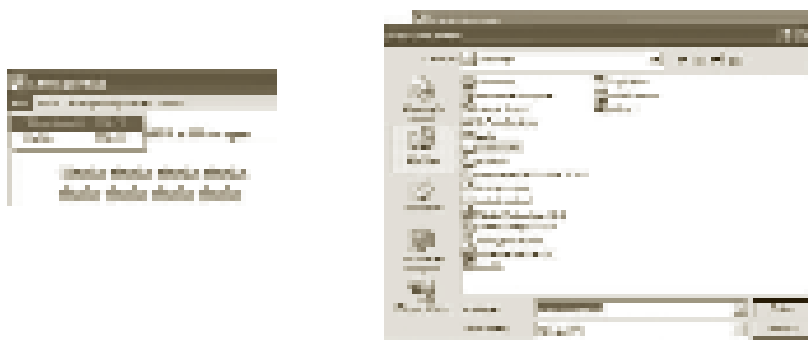
Con il programma **Il mio giornale** potrete fare due tipi di salvataggi, che hanno effetti e obiettivi diversi.

Uno permette di salvare il giornale che state scrivendo e consente poi di riprenderlo per correzioni, aggiunte o semplicemente per proseguire un

articolo lasciato a metà. L'altro vi fa salvare l'intero giornale o una singola pagina in pdf, un formato che a sua volta consente di stampare quello che avete creato o di inviarlo per e-mail a un amico o un parente.

Vediamo il primo tipo di salvataggio. Si può attivare da qualsiasi pagina del giornale. Basta andare sulla barra menu in alto nello schermo.

Il primo bottone a sinistra si chiama **File**. Cliccateci una sola volta. Vi darà due possibilità: **salva giornale** e **uscita**. Ovviamente cliccate su “salva giornale” oppure utilizzate i tasti **Ctrl + s**.



A questo punto si aprirà la finestra di dialogo di Windows **Salva con nome**... Potrete scegliere dove salvare il giornale che state scrivendo e con quale nome (inizialmente verrà assegnato il nome che voi avete dato al timone, ma potete ancora cambiarlo).

Vi consigliamo di salvare i vostri giornali sempre nella stessa cartella. Ne potrete creare una apposita e tenerla sul desktop oppure in “documenti”. Per recuperare un giornale salvato e poter fare correzioni e aggiunte basterà cliccare sopra l'icona con il nome sotto il quale l'avete archiviato.

L'altro tipo di salvataggio è del tutto diverso. Si attiva sempre dalla barra menù in alto, premendo sul bottone **salva/stampa pdf**.

Vi verranno date due opzioni: **stampa pagina** e **stampa tutto**.

Come avrete capito, potete scegliere quindi se salvare solo quella singola pagina del giornale da cui avete attivato il bottone oppure se salvare tutto.



Il programma, a questo punto, trasformerà quello che avete realizzato finora in un file **Acrobat® pdf**, che ha alcune caratteristiche:

- 1** può essere stampato (è uno dei formati più utilizzati al mondo);
- 2** può essere trasferito (e-mail, pennina usb);
- 3** non può essere modificato (a meno che non abbiate il programma necessario, ma è molto meno diffuso del semplice lettore di pdf Acrobat Reader® che vi forniamo nel **CD** nella **cartella extra** e che potete installare se non lo avete già).

Attraverso la solita finestra che si aprirà una volta terminata la conversione in pdf, potrete scegliere dove salvare il giornale o la singola pagina. A questo punto il sistema lancia il file appena salvato con Acrobat Reader ®. Da qui potete dare il comando di **stampa**.

ATTENZIONE: la trasformazione in pdf è impegnativa per il computer. A seconda della potenza del vostro pc e della quantità di memoria, per ogni pagina potrebbero essere necessarie alcune decine di secondi. Quindi, se salvate in pdf un giornale di 12 pagine potrebbero essere necessari alcuni minuti. Se avete fretta di stampare subito, allora vi conviene salvare pagina per pagina.

RIAPRIRE UN GIORNALE SALVATO

Avete deciso di realizzare un giornale di 12 pagine. È chiaro, non potete finirlo tutto in una volta. Scrivete qualche articolo, un paio di titoli, le didascalie di tre pagine, scegliete la metà delle immagini. A questo punto salvate, come abbiamo visto sopra. Quando volete riprendere il lavoro avete due possibilità.

Potete cliccare sull'icona del giornale salvato, andandola a cercare nella cartella dove l'avete archiviata.

Oppure potete lanciare il programma **Il mio Giornale**.

Nella prima schermata, andando sulla barra menu, sotto **file** scegliete l'opzione **apri**. Si aprirà la solita finestra di dialogo che vi permetterà di cercare il giornale salvato. Cliccandoci sopra, si aprirà.

A questo punto potrete andare avanti con il lavoro, scrivendo altri articoli o altri titoli.

I comandi da tastiera

MENU



SALVA GIORNALE (Ctrl + s)

Si può attivare da qualsiasi pagina del giornale e provvede a salvare tutte le pagine. Se non è già stato salvato il timone, il programma apre la finestra di dialogo di Windows “Salva con nome...” per dare un nome al file e collocarlo nella cartella prescelta: con tale procedura vengono salvati il timone e ciascuna pagina del giornale.

Nel caso in cui sia già stato salvato il timone, il comando **Salva** procede al salvataggio di ogni singola pagina senza richiedere di dare un nome al file.

USCITA (Ctrl + u)

Esce dal programma chiedendo se si desidera salvare il giornale.

NUOVO (Ctrl + n)

Solo nella schermata iniziale, quella dove si sceglie la prima pagina, permette di aprire un altro timone.

APRI (Ctrl + a)

Sempre solo nella schermata iniziale, permette di andare ad aprire un giornale salvato precedentemente. Si apre la finestra di dialogo e si deve cercare l'icona del file .idm con il nome con il quale si era archiviato.

----- MENU

**PAGINA SUCCESSIVA (Ctrl + n)**

Mentre si lavora al giornale, permette di passare alla pagina successiva.

PAGINA PRECEDENTE (Ctrl + p)

Mentre si lavora al giornale, permette di tornare alla pagina precedente.

TIMONE (Ctrl + t)

Torna al timone chiedendo se si desidera salvare il giornale.

----- MENU

**STAMPA TUTTO (Ctrl + h)**

Stampa tutte le pagine del giornale: alla fine si apre la finestra di Windows “Salva con nome...” che consente di dare un nome e di salvare il file pdf nella cartella scelta. Poi il programma apre automaticamente in Acrobat Reader ® il file salvato.

STAMPA PAGINA (Ctrl + k)

Stampa la singola pagina del giornale dalla quale viene lanciato il comando: alla fine si apre la finestra di Windows “Salva con nome...” che consente di dare un nome e di salvare il file pdf nella cartella scelta. Successivamente, il programma apre in automatico, in Acrobat Reader ® il file salvato.

GLOSSARIO

A

Apertura - l'articolo in alto a sinistra nella pagina o in generale quello più importante.

Archivio - la raccolta ordinata delle vecchie copie del giornale, dei singoli articoli suddivisi per argomenti e per autori e delle foto conservate in base ai soggetti ripresi.

Attacco - (in inglese *lead*) è la parte iniziale dell'articolo.

B

Breve - notizia sintetizzata in poche righe.

Buco - notizia che un giornale ha in pagina e gli altri no ("ha dato un buco", "ha tirato un buco").

Bufala - notizia che si rivela falsa.

Bozzone - la prova di stampa di una pagina già composta, completa di articoli, titoli, foto e didascalie.

C

Capolettera - carattere iniziale di un articolo che viene stampato in un corpo più grande rispetto agli altri; spesso utilizzato all'inizio di commenti ed editoriali.

Caporedattore - giornalista che coordina il lavoro di una redazione.

Cappello - testo che precede l'articolo vero e proprio, talvolta con un proprio titolo.

Carattere - segno grafico con cui lettere e numeri sono impressi nella pagina.

Catenaccio - riga che sta sotto il titolo.

Chiusa - parte finale di un articolo.

Chiusura - momento in cui si giudica concluso il lavoro su una singola pagina o sull'intero giornale e si fa partire la stampa delle copie.

Cinque W - la regola delle cinque W chiede di rispondere, nelle prime righe, alle domande sintetizzate con cinque parole inglesi che iniziano appunto per W: Who? (Chi?), What? (Che cosa?), When? (Quando?), Where? (Dove?) e Why? (Perché?).

Civetta - vedi Locandina.

Colonna - suddivisione in verticale dello spazio a disposizione nella pagina di giornale.

Coccodrillo - articolo sulla vita e le opere di una persona nota. Viene scritto in anticipo e tenuto in archivio per essere utilizzato rapidamente nel caso di morte improvvisa.

Comunicato stampa - nota proveniente da un ente, una società o una persona in cui si comunicano fatti, appuntamenti o commenti.

Conferenza stampa - incontro a cui vengono invitati i giornalisti. È utilizzata da personaggi, partiti, società, enti o associazioni che vogliono rendere pubbliche notizie o commentare fatti già avvenuti o che devono avvenire.

Copertina - prima pagina di una rivista o di una sezione di un quotidiano.

Copia - un esemplare del giornale.

Corpo - misura la dimensione dei caratteri.

Corrispondente - giornalista che invia notizie e articoli da una città diversa da quella dove ha sede il giornale.

Corsivo - il carattere inclinato, spesso utilizzato per i commenti.

Cronaca - resoconto di un avvenimento; sezione del giornale che si occupa dei fatti della vita di tutti i giorni.

Cronista - giornalista che lavora in cronaca.

Desk - giornalisti che si occupano di coordinare il lavoro dei colleghi che cercano le notizie, controllano i testi prima che vengano inviati in pagina e spesso li titolano.

Didascalia - riga o righe tipografiche che stanno sotto o a fianco di una fotografia e che spiegano chi sono i soggetti e i luoghi ritratti.

Diffusione - il numero di copie che vengono effettivamente acquistate.

Direttore - il giornalista che decide come impostare il giornale, cosa viene pubblicato e che ne è responsabile per legge.

Edicola - chiosco o negozio dove si vendono i giornali.

Editore - proprietario dell'azienda che pubblica il giornale.

Editoriale - articolo che esprime la posizione e il commento del giornale o dell'autore su un certo argomento.

Errata corrige - breve testo in cui si corregge un errore pubblicato nel numero precedente.

Fanzine - rivista amatoriale, letteralmente "rivista per appassionati" (nasce dalla fusione delle parole inglesi *fan* e *magazine*).

Fogliettone - articolo in basso in prima pagina.

Foliazione - indica il numero di pagine del giornale.

Fondo - articolo di commento che in genere viene pubblicato in prima pagina.

Fonte - persona o ente da cui proviene una notizia o un commento a un fatto.

Fotoreporter - il fotografo che scatta immagini per un giornale.

Free lance - giornalista che non lavora in esclusiva per un solo giornale, ma che fornisce articoli e foto a varie testate.

D

E

F

G

Gerenza - riquadro dove vengono indicati i dati essenziali del giornale: direttore, editore, tipografia, indirizzo della redazione, società che si occupa della pubblicità, numero e data della registrazione in Tribunale.

Giro - articolo che prosegue in una pagina interna dopo essere partito dalla prima.

Giro di nera - controllo alla ricerca di notizie fatto dal giornalista in questura, comando dei carabinieri, ospedali, caserme dei vigili del fuoco, centrale delle ambulanze e commissariati; un tempo era fatto di persona una o più volte al giorno, ora spesso tutto avviene per telefono.

Giustezza - larghezza tipografica del testo dell'articolo (una colonna, una colonna e mezza, ecc.).

Grassetto - carattere stampato in maniera più marcata (si chiama anche "neretto").

I

Inchiesta - uno o più articoli frutto di una raccolta particolarmente approfondita di informazioni, dati e foto su un argomento.

Inserzione - pubblicità pubblicata a pagamento sul giornale.

Intervista - articolo costruito con una serie di domande e risposte frutto del dialogo tra il giornalista e l'intervistato.

Inviato - giornalista che viene mandato in un luogo diverso da quello dove ha sede la redazione per descrivere un avvenimento.

L

Lead - vedi Attacco.

Lenzuolo - quotidiano pubblicato in un grande formato, opposto di tabloid.

Locandina - piccolo manifesto che viene esposto fuori dalle edicole e che riporta una sintesi delle notizie più importanti contenute nel giornale in vendita in quel momento (vedi Civetta).

M

Manchette - titolo e talvolta sommario dentro un riquadro in prima pagina che rimandano a un articolo delle pagine interne (vedi Strillo).

Mattinale - riassunto delle notizie di cronaca nera più importanti che viene fornito ogni giorno dalle forze dell'ordine.

Mazzetta - serie di quotidiani dello stesso giorno a disposizione del giornalista per la lettura e il confronto.

Menabò - schema della pagina di giornale.

N

Notizia - fatto che assume rilievo giornalistico, tanto da essere pubblicato.

Necrologio - annuncio in cui viene commemorato un defunto.

Occhiello - la riga che sta sopra al titolo e che, rispetto a quest'ultimo, contiene particolari meno rilevanti.

Paparazzo - fotografo specializzato in scatti che ritraggono persone famose, riprese nei loro momenti privati.

Passare - controllare un articolo perché sia pronto per la pubblicazione e spesso anche titolarlo (vedi Desk).

Pastone - articolo che riassume le notizie politiche del giorno.

Periodicità - indica la frequenza con cui il giornale viene stampato: ci sono i quotidiani (tutti i giorni), ma anche i settimanali (una volta a settimana) o i mensili (una volta al mese). Addirittura i quadrimestrali, che vedono la luce ogni quattro mesi e così via.

Pesce - salto di una o più righe in un periodo che così diventa incomprensibile.

Pezzo - sinonimo di articolo.

Quarto potere - una definizione della stampa.

Rassegna stampa - raccolta di articoli sullo stesso argomento.

Recensione - articolo che racconta e giudica uno spettacolo, un libro, un film.

Redattore - giornalista che lavora in una redazione (vedi).

Redazione - il luogo dove lavorano i giornalisti che partecipano alla realizzazione del giornale.

Refuso - errore di battitura nel testo dell'articolo o nel titolo.

Resa - le copie rimaste invendute e che vengono restituite all'editore dagli edicolanti.

Rettifica - correzione di quanto pubblicato dal giornale: viene richiesta da chi è stato danneggiato dalla diffusione di notizie inesatte.

Ribattuta - pagina che viene modificata dopo la prima chiusura in tipografia e sostituita per inserire nuove notizie.

Rotativa - la grande macchina con cui vengono stampate le copie del giornale.

Rubrica - articolo pubblicato con scadenze più o meno fisse da un commentatore o da un esperto di un determinato settore.

Sala stampa - spazio riservato ai giornalisti.

Sommario - elemento della titolazione separato dal titolo vero e proprio; in una rivista la lista degli articoli che il lettore troverà nelle pagine seguenti.

Spalla - l'articolo in alto a destra nella pagina.

Scoop - notizia importante pubblicata in esclusiva, cioè da un solo giornale.

O

P

Q

R

S

Strillo - vedi Manchette.

T

Tabloid - giornale pubblicato in un formato ridotto rispetto al lenzuolo (vedi).

Taglio - articolo a metà pagina.

Tamburini - gli annunci degli spettacoli in programmazione in cinema e teatri, con orari, titoli e interpreti principali.

Testata - il nome del giornale, pubblicato grande in alto in prima pagina e ripetuto in piccolo, sempre in alto, nelle pagine interne. Spesso usata come sinonimo di giornale.

Timone - lo schema del giornale, con il susseguirsi delle varie pagine, degli spazi pubblicitari previsti per ognuna e degli argomenti scelti.

Tiratura - totale delle copie stampate per un singolo numero del giornale.

Titolo - sintesi dell'articolo, pubblicato sopra quest'ultimo e con caratteri molto più grossi.

Tondo - carattere stampato in maniera "normale", senza sottolineature, inclinazioni o marcature.

Trafiletto - piccolo articolo poco evidente, spesso pubblicato a una colonna, in fondo alla pagina.

U

Ufficio stampa - la sezione interna di un'azienda o di un ente che si occupa di tenere i rapporti con i giornalisti.

Z

Zoom - obiettivo della macchina fotografica che permette di stringere o allargare l'area che sarà fotografata; procedimento giornalistico attraverso il quale dal quadro generale ci si concentra su un particolare.

Cinema e giornalismo

I film che parlano di giornalismo o che hanno per protagonisti cronisti e inviati sono moltissimi. Qui ne citiamo alcuni, i più famosi, quelli che non si possono perdere:

QUARTO POTERE

Titolo originale: *Citizen Kane*

Produzione: USA, 1941. Regia: **Orson Welles**. Interpreti: Orson Welles, Joseph Cotten, Dorothy Comingore, Everett Sloane. Drammatico.

Il magnate della stampa americana, Charles Foster Kane, in punto di morte pronuncia la parola “Rosebud” e un giovane reporter indaga sul suo misterioso significato. Il film è ispirato alla vita di William Randolph Hearst. Tra le battute di questo film diventate celebri: «Lei si preoccupa di quello che pensa la gente? Su questo argomento posso illuminarla, io sono un'autorità su come far pensare la gente. Ci sono i giornali per esempio, io sono proprietario di molti giornali da New York a San Francisco» (Kane).

LA DOLCE VITA

Produzione: Italia, 1960. Regia: **Federico Fellini**. Interpreti: Marcello Mastroianni, Anita Ekberg. Drammatico.

Marcello Rubini è un giornalista che si occupa di gossip e servizi scandalistici. Attraverso il suo sguardo e una serie di episodi, il racconto di com'era la Roma degli anni del boom economico, tra feste di nobili e l'arrivo di Sylvia, celebre stella del cinema che una notte fa il bagno nella Fontana di Trevi.

PRIMA PAGINA

Titolo originale: *The front page*

Produzione: USA, 1974. Regia: **Billy Wilder**. Interpreti: Jack Lemmon, Walter Matthau, Susan Sarandon. Commedia.

Chicago, 1929. Alla vigilia delle nozze, un giornalista viene spedito dal suo direttore a raccontare la cronaca di un'esecuzione: ma il condannato scappa e si rifugia nella sala stampa del carcere.

PROFESSIONE REPORTER

Produzione: Italia, 1975. Regia: **Michelangelo Antonioni**. Interpreti: Jack Nicholson, Maria Schneider, Ian Hendry. Drammatico.

Un reporter televisivo inviato in Africa per un servizio sulla guerriglia assume l'identità di un'altra persona morta di infarto. All'inizio rimane affascinato dall'idea di "indossare" una vita presa a caso...

TUTTI GLI UOMINI DEL PRESIDENTE

Titolo originale: *All the President's Men*

Produzione: USA, 1976. Regia: **Alan Pakula**. Interpreti: Robert Redford, Dustin Hoffman, Jack Warden. Drammatico.

Due giornalisti del Washington Post, Carl Bernstein e Bob Woodward scoprono che esiste un collegamento tra la Casa Bianca e lo scandalo Watergate. Indagando su un'irruzione negli uffici del partito democratico i due lavorano a una scottante inchiesta che porterà alle dimissioni del presidente degli Stati Uniti.

DIRITTO DI CRONACA

Titolo originale: *Absence of Malice*

Produzione: USA, 1981. Regia: **Sidney Pollack**. Interpreti: Paul Newman, Barry Primus, Sally Field. Drammatico.

In una fabbrica di Miami viene ucciso un sindacalista e la polizia sospetta che il colpevole sia un grossista di liquori. L'indagine però è in stallo, gli investigatori non riescono ad approdare a niente, così fanno filtrare la notizia dei sospetti a una giornalista che inconsapevolmente diventa parte del piano dell'Fbi.

REDS

Produzione: USA, 1981. Regia: **Warren Beatty**. Interpreti: Warren Beatty, Diane Keaton, Jack Nicholson, Gene Hackman. Drammatico.

È la storia di John Reed (1887-1920), autore dei *Dieci giorni che sconvolsero il mondo*. La vicenda inizia a Portland, dove Reed arriva già famoso per i suoi reportage sulla rivoluzione messicana e su Pancho Villa: lì si innamora di Louise Bryant e con lei parte per Pietroburgo, dove segue e partecipa alla rivoluzione russa.

SALVADOR

Produzione: USA, 1986. Regia: **Oliver Stone**. Interpreti: James Belushi, James Wood. Drammatico.

Nel 1980 in Salvador infuria la guerra civile, donne e bambini vengono massacrati. Richard Boyle, disilluso reporter di guerra, cerca di documentare attraverso articoli e foto quello che sta accadendo.

DENTRO LA NOTIZIA

Titolo originale: *Broadcast News*

Produzione: USA, 1987. Regia: **James L. Brooks**. Interpreti: Holly Hunter, William Hurt. Commedia.

In una grande rete televisiva americana si intrecciano le storie di un anchorman bello ma di poco spessore, un collega bravo ma non telegenico e una giovane e lanciata giornalista.

IL MURO DI GOMMA

Produzione: Italia, 1991. Regia: **Marco Risi**. Interpreti: Corso Salani, Angela Finocchiaro, Ivano Marescotti. Drammatico.

I misteri sulla strage di Ustica, il disastro aereo del 1980 in cui morirono 76 passeggeri che erano imbarcati su un *Dc9 Itavia*. Un giornalista del *Corriere della Sera* si occupa del caso e indaga per anni a caccia di una verità che sembra allontanarsi ogni giorno un po' di più.

IL RAPPORTO PELICAN

Titolo originale: *The Pelican brief*

Produzione: USA, 1993. Regia: **Alan Pakula**. Interpreti: Julia Roberts, John Lithgow, Gene Hackman. Drammatico.

Una studentessa americana in Giurisprudenza elabora una teoria sulla morte di due giudici della Corte Suprema: la tesi finisce nelle mani dell'Fbi che la vuole eliminare. Un giornalista raccoglie però la sua testimonianza e cercherà di metterla in salvo.

ILARIA ALPI - IL PIÙ CRUDELE DEI GIORNI

Produzione: Italia, 2003. Regia: **F. Vicentini Orgnani**. Interpreti: Amanda Plummer, Giovanna Mezzogiorno. Drammatico.

Gli ultimi giorni di Ilaria Alpi, giornalista della Rai e dell'operatore Miran Hrovatin, uccisi a Mogadiscio, in Somalia, il 20 marzo 1994. Su cosa stava lavorando Ilaria? Cosa aveva scoperto? Chi aveva interesse a farla tacere?

SCOOP

Produzione: USA, 2006. Regia: **Woody Allen**. Interpreti: Woody Allen, Scarlett Johansson, Hugh Jackman. Commedia.

Sondra è una giovane giornalista che riceve dal fantasma di un famoso reporter, appena morto, alcune informazioni su un serial killer che si trova ancora in libertà. Malgrado le circostanze siano ben poco credibili, Sondra ha in mano l'occasione per fare lo scoop della sua vita. E insieme a un mago da avanspettacolo inizia a seguire le tracce del presunto assassino, un affascinante aristocratico.

INDICE

Introduzione	5
Capitolo I - La redazione	9
Capitolo II - La notizia	23
Capitolo III - L'articolo	37
Capitolo IV - La prima volta	58
Capitolo V - Le fonti	69
Capitolo VI - Le pagine	77
Capitolo VII - Il titolo	86
Capitolo VIII - Come funziona il CD	93
Glossario	110
Cinema e giornalismo	115

