



Giornalismo e nuovi media - AA 19/20 - prof. Boldrini

Scienze Della Comunicazione
Università degli Studi di Siena
32 pag.

ANNO ACCADEMICO

2019/2020

Giornalismo e nuovi media

Docente: Maurizio Boldrini

ANNO 2

04/11

Un giornalista è mediatore tra fonti e pubblico. Vanno differenziati i fatti, ciò che succede, e le notizie che riportano ciò che accade.

La repubblica viene fondata nel 1976 da Eugenio Scalfari, che rappresenta una rivoluzione, essendo il primo giornale in formato tabloid.

Il punto di partenza del ruolo di media e giornali nella costruzione dell'opinione pubblica è la nascita della stampa a caratteri mobili per Habermas. Prima di questa la comunicazione si esisteva, ma era l'uomo che andava dalla comunicazione, spostarsi a prendere libri o contemplare dipinti, con questa la comunicazione va dagli uomini. Dal '500 il sapere, la conoscenza, la tradizione e la storia accumulatisi nel corso del tempo viene tramandata attraverso la stampa.

Comunicazione di massa necessita di mezzi, o media, e designa la comunicazione da uno a molti, a differenza di quella interpersonale, da uno a uno.

Il primo media è il giornale, prima periodico, poi quotidiano. La nascita di questo media avviene in Inghilterra con lo stabilire della necessità del popolo di essere a conoscenza delle scelte e degli avvenimenti nella loro politica, che non può decidere allo scuro, senza rendere conto ai cittadini delle discussioni che vengono portate avanti dalle camere dei Lord. I giornalisti al tempo si intrufolavano nella camera dei Lord, facendocisi chiudere dentro, perché il giornalismo è talvolta disubbidienza. Costoro saranno coloro che fonderanno il primo giornale. **| un buon**

riferimento cinematografico è "il piccolo Lord" |

Nella Inghilterra di cui parlavamo prima nasce l'influenza sui cittadini tramite i mass-media. In Italia la stampa libera nasce nel '700 sotto forma di riviste, per letterati e molte delle quali femminili. L'Italia era un paese di grandi stampatori e tipografie, ma per il giornale così come oggi lo conosciamo dobbiamo attendere i primi 30 anni dell'800. I primi giornali "moderni" erano le gazzette come Parma o Firenze, fondata dal liberale Bettino Ricasoli. I primi giornali nascono legati al sistema economico e politico del paese, ovvero scritti da giornalisti impuri, creando un ritardo incredibile nello sviluppo e nel metodo comunicativo italiano. I più grandi giornali ottocenteschi sono legati a filo con determinate attività (editoriale di Torino e Fiat) o partiti politici. I giornalisti puri vedono il giornale come prodotto da vendere, come moto imprenditoriale, paradigma utilizzato negli USA anche tramite il "penny press" seguendo paradigmi esatti e precisi, tra cui gli human interest, cronaca nera etc. stampando milioni di copie, anche grazie alla pubblicità su giornale. In questo paradigma si differenziano giornali popolari, che parlano al popolo con il linguaggio del popolo e del popolo, i giornali elitari parlano alle classi dirigenti, alle elites, a Wall Street. In Italia tutto questo non si vede, essendo questo un paese scarsamente istruito, alfabetizzato. Il giornale era inizialmente scritto dal maestro di paese, indirizzato unicamente alle elites, essendo le uniche a poter leggere, che quindi deve riunire sotto sé stesso tutti gli argomenti. A cambiare tutto negli anni '80 è Maurizio Costanzo, che non concepiva l'Italia senza un giornale popolare. Creando il primo tabloid popolare "l'occhio" chiuso dopo due anni perché il popolo italiano era troppo abituato ai giornali "omnibus", ovvero quei giornali che uniscono le notizie più autorevoli scritte dall'esperto e le notizie di gossip che sarebbero state trattate in giornali popolari in altri stati.

I giornali italiani restano policentrici, nati in luoghi diversi in funzione delle diverse identità locali di riferimento. L'unico grande giornale nazionale è il Corriere della Sera, che dalla seconda metà dell'800 viene letto da praticamente tutti i cittadini a livello italiano. Altro fenomeno è quello dei giornali interregionali, ovvero quei giornali che vengono adottati da una comunità in base alla sua sentita identità (Piancastagnaio: giornali del grossetano vs. Abbadia San Salvatore: giornali del senese).

05/11

La prima svolta nel giornalismo è a fine '800 col Corriere della Sera. La storia dei media è strettamente legata a quella della tecnologia che li crea, infatti in tale periodo viene introdotto in Italia la rotativa, che permetteva di stampare per rotoli di carta anziché stampare foglio per foglio. Nel tardo ottocento nasce inoltre la carta in cellulosa, che rimpiazza la carta straccia, rendendola più disponibile nel mercato e il formato a rotolo. Nel nuovo '900 è inoltre il tasso di

alfabetizzazione ad alzarsi. Nasce il redattore viaggiante, arcaica figura dell'inviato, che scriveva da posti esteri ciò che succedeva in loco tramite lettera 22.

Un giornale, per devoto oli, il giornale è un contenitore di notizie, selezionate nel tempo e nello spazio.

Qualcuno prima aveva il compito di selezionare quali fatti fossero adatti a diventare notizie. Ad oggi, la teoria del news making è caduta pressochè in disuso, in favore di algoritmi di selezione. Tutti i giornali, cartacei o digitali, scritti, audio o video fanno riferimento alla definizione di prima, ma con cambiamenti nella frequenza, cartaceo giorno per giorno, radio minuto per minuto, online secondo per secondo, etc...

L'introduzione della rotativa e dell'inviato viaggiante, che permette al corriere di essere il primo a mostrare notizie dall'estero, l'inizio dell'interesse di essere un giornale nazionale, non più locale ed il bisogno della terza pagina, ovvero pagina nella quale per un intero secolo sono state fatte confluire cultura italiana. Prima di ciò l'ordine delle pagine era in ordine gerarchico, ma poi ci si accorge che gli artisti hanno il diritto di uno spazio a sé nei giornali. Bergamini, direttore del centauro d'Italia, ad inizi '900 inventa questa terza pagina: "per differenziare i temi della cultura dalle altre materie", fino a raggiungere giornali quotidiani come vediamo oggi, con pagine e tematiche ben scandite.

Rudini da un primo statuto sulla stampa italiana a fine '800. E già da inizio '900 che nasce il primo ordine dei giornalisti. L'ordine dei giornalisti è una specifica tutta italiana che funge da schedatura. Le forze dell'ordine iniziarono a chiedersi chi avesse la possibilità o meno di accedere alle notizie, questi furono poi l'ordine dei giornalisti, ovvero quel gruppo associato alla categoria dei giornalisti della quale porta i segni. L'ordine dei giornalisti è composto dall'ordine nazionale dei giornalisti diviso in pubblicisti, che non sono solo giornalisti, ma che soddisfano anche altri criteri, e che hanno la possibilità di aprire giornali locali e quelli professionisti, tali perché assunti da un giornale, facendo una sorta di praticantato per circa 12 mesi e passando poi l'esame da giornalista, composto da scritto ed orale. Questo metodo era l'unico fino agli anni 2000. Questo ordine è stato però, purtroppo, un importante presupposto della fascistizzazione, perché nessun giornale si oppose alle leggi fascistissime, quel tipo di pratica professionale era nato per fare quella fine.

La selezione delle notizie e dei metodi di scrittura che arrivavano nelle direzioni dei giornali venivano scelte dal governo, che poi si evolvette nella dura repressione delle pratiche professionali e della libertà di parola e stampa. La propaganda di allora si sviluppò con due medium, il giornale e soprattutto la radio. "Con la radio distruggeremo le coscienze", diceva il ministro della propaganda nazista e questo era il fine della propaganda: convincere l'opinione pubblica della giustezza delle proprie idee.

La radio era migliore della stampa perché prevede per la sua comprensione solo l'udito, ed essendo un mezzo al tempo considerato "tecnologicamente miracoloso", gli uomini più semplici iniziano a considerare quasi imperscrutabile ciò che questo oggetto comunicava. È vero però che se la radio fu il mezzo che permise la nascita delle più grandi dittature europee, la radio ed il treno furono anche i mezzi che Roosevelt utilizzò nel costruire negli USA per costruire una delle più grandi pratiche democratiche. È importante ricordare che la nascita di un nuovo medium non cancella il precedente, ma ne cambia il ruolo. L'arrivo della radio non cancella i giornali, ma li ricolloca, ne influenza lo sviluppo e inventa un nuovo giornalismo: quello radiofonico, diverso nella dimensione della narrazione, dallo scritto all'oralità, con spazi ridotti e tempi più stretti.

La radio diventa in un secondo momento da emanatrice di totalitarismi a mezzo di rivolta, con radio Londra, ad esempio, e radio libere che i partigiani ascoltavano di nascosto. Se la radio tiene testa al fascismo, il giornalismo non vi riesce, ma viene tutto contaminato dal nazifascismo. Molti di questi vengono "purgati" attraverso un cambio di nome, e creano una grande discussione sull'articolo 21, sulla natura della libertà di stampa e di parola. Dopo gli avvenimenti del nazifascismo l'ordine dei giornalisti ha un periodo di quiescenza fino ad una rinascita nel '63, poi riformandosi ed aggiungendo al metodo prima descritto un master in giornalismo dalla durata di 18 mesi, in rinforzo ad una laurea in comunicazione seguito dall'esame prima citato.

Un altro grande punto di svolta è l'arrivo della televisione, inventata nel '39 che viene messa in azione dalla fine della guerra, diventando già nel '47 e '48 il primo medium negli USA. Uno dei parametri che favorisce la TV, è l'utilizzo di sguardo e udito, che moltiplica l'attenzione dello spettatore. In Italia il mezzo arriva con la trasformazione dell'ente EIA in RAI, dove la proprietà dei canali di trasmissione è statale e le prime trasmissioni si datano nel '54. Gli anni '60 sono gli anni del boom economico, anni in cui l'Italia prende parte al tavolo delle potenze economiche, con uno sviluppo anche nella comunicazione, dove questo nuovo mezzo prende un ruolo pedagogico e istruttivo, definita da Eco come:

“qualcosa di dirompente”, per Tullio De Mauro: “la prima vera alfabetizzazione è portata dalla televisione”, in quanto i programmi erano in italiano e riunivano le famiglie di tutta Italia. Alla TV era addirittura incluso un programma in cui un maestro insegnava tramite una lavagna alla scrittura. Per Tullio De Mauro, vi sono stati soprattutto due aspetti, la leva militare, che spingeva giovani soldati di regioni diverse a comunicare tramite una lingua unica e la televisione. Sulle tracce dei programmi e dei canali americani, la TV diventa il medium dominante, soppiantando sia la radio che i giornali, con la televisione l'immagine soppianta la scrittura.

A svecciare i giornali nel 1956: nasce “Il Giorno” di Milano, giornale diverso da tutti i predecessori con direttore Baldacci e per mano di Enrico Mattei, imprenditore che vede come l'Italia possa concorrere all'appropriazione degli idrocarburi, fondando l'Agip, e quindi l'Eni. Mattei porta avanti rapporti con il nord Africa, con i libici, portando l'Agip tra i grandi colossi economici del petrolio, morendo in un dubbio incidente aereo durante lo sviluppo del suo progetto. Il secondo uomo dietro questo nuovo nato nell'universo dell'editoria, è Cino Del Duca, di una famiglia di emigranti in tutto il mondo. Del Duca ed un fratello decidono di andare in Francia, fondando un'attività editoriale, che anche tramite “la presse du coeur”, fa successo in Francia, portando Del Duca a tornare in Italia arricchito per mettersi in società con Mattei nella fondazione de “Il Giorno”.

In Italia all'epoca forme artistiche e di intrattenimento americane come Jazz e fumetti erano completamente assenti, insieme a parole crociate e cruciverba, vita di artisti e sportivi, “Il Giorno” lo capisce e le implementa e aggiungendo poi un supplemento in cultura, al prezzo della terza pagina.

07/11-----

Sono tre le grandi rotture estetiche del giornalismo, la prima è il giorno cambia la sensorialità in primis, aggiungendo l'immagine alla scrittura, poi la forma con l'abolizione della terza pagina, e per terzo introduce il supplemento colore. La seconda svolta è portata dal corriere della sera, primo giornale ad avere carattere nazionale, va a rappresentare la borghesia lombarda e produce le tecnologie più avanzate sin dall'inizio, come la rotativa. Questi due fenomeni rendono il corriere della sera il giornale più importante d'Italia. Anche il corriere verrà fascistizzato, ma torna presto ad essere il giornale nazionale dopo la ripresa dalla guerra. Agli anni possedere il corriere della sera presupponeva impegno per le edicole, per i politici per essere ben visti da quest'ultimo e negli imprenditori per dirigerlo. I motivi erano la grande appetibilità di questo giornale e dei giornalisti che vi scrivevano, che ne rappresentavano il nonplusultra del campo. Negli anni '60 nasce l'Italia come oggi conosciamo: sono gli anni del boom economico. L'avversione delle nuove generazioni alle precedenti nasce nel '68, che non è un fatto politico, ma sociale e antropologico, in quanto cambia il metodo di vestire e la concezione del gusto delle persone, la socializzazione, muta la concezione dello studio e degli intellettuali. La televisione fu antagonista ma al contempo favorì questo fenomeno. Il corriere della sera, si riprese dalla “crisi” vissuta durante il periodo sessantottino: dovuta dall'approccio borghese e conservatore che aveva nei confronti della novità e dell'evoluzione. Il direttore, al tempo Spadolini, fu fatto fuori dalla sig.ra Crespi in favore di Montanelli e poi, causa l'approccio conservativo che lo caratterizzava, lo sostituisce con Ottone, giovane e con tanta voglia di fare. Montanelli, irritato da questo pubblico affronto fonda il Giornale. Il corriere della sera muta ora il rapporto tra giornale ed intellettuali. La ammassificazione delle università, porta Ottone a richiedere all'intero gruppo degli intellettuali a scrivere editoriali, con cui possono dare il loro giudizio su ciò che accade. Nei tardi anni 60, a Roma vi fu l'occupazione della sede di lettere e con lo scontro di valle Giulia, il direttore del giornale fa chiamare Pasolini che scrive un editoriale che fece infuriare i sessantottini. Pasolini scrive che i rivoltosi, figli di borghesi arricchiti, lanciano sassi verso le forze dell'ordine, figli di povera gente del mezzogiorno: Pasolini si schiera dalla parte delle forze dell'ordine. Sciascia scrive un altro editoriale provocatorio, dove parla di mafia e mafia, dove la mafia si tramuta in narcotraffico. Da qui in avanti, la stampa di Torino affiderà la prima pagina a esperti del settore, potendo fornire pluralità di punti di vista. La terza svolta avviene nella fine anni '70. Stiamo parlando di una svolta tecnologica, che va a mettere da parte un modello secolare, emarginazione di antichi mestieri: tipo i tipografi licenziati in un numero di circa 100.000 in tutto il paese. La rivoluzione fu quella della Linotype, che rappresenta la prima industrializzazione dell'editoria. Il piombo viene assorbito e tramutato in stecchette di giustezza e che saranno incise, inchiostrate e infine stampate. Il dettato dei pezzi avveniva tramite il dimafono, strumento che permetteva agli inviati di dettare senza fare pause in albergo o fermarsi. Il giornalista si attaccava al telefono fisso, dettando e venendo ricevuto da una segretaria, o dimafonista, che lo trascriveva. Dopo la descrizione vi è una correzione e finalmente lo si passa completo al direttore. Con il computer mansioni svolte da molte persone possono essere svolte da una sola. Dalla tavolazione a caldo (meccanica) si passa a quella a freddo (elettronica), e si passa alla video-impaginazione che

comportò il cambiamento del mestiere di grafico, che passa dall'illustrare alla gestione dello spazio nelle pagine digitali. Assistiamo alla seconda rivoluzione tecnologica che porterà ad oggi ed al Web 2.0.

Il formato dei titoli diventa funzione: luogo per fare degli esempi Corriere: di Siena e Gazzettino: Veneto. Quando nasce la Nazione si riferisce all'aspirazione di una nazione unita a tempi in cui l'Italia era un insieme di universi diversi. Libero nasce con la lega e si rifà alla libertà nell'espressione di cose controcorrente, la libertà dell'essere di destra in un paese storicamente a sinistra. La scelta del nome di un giornale è un qualcosa di fondamentale che descrive lo scopo della sua nascita. La testa è come il DNA del giornale, quindi la trovata di "marketing" giornalistico si ha con la gestione della testata e della prima pagina. Alla fine del processo si può parlare di un unico giornale che però si differenzia in cento giornali diversi. I fatti selezionati si diversificano nel metodo di selezione e analisi fra testate, sebbene queste abbiano tutte elementi comuni. Si creano dunque delle categorie tramite le quali identificare i vari tipi di Giornale. Queste categorie sono 13, Noi ne analizzeremo tre:

- Giornale nazionale indipendente, in Italia corriere della sera e in parte "la repubblica". Questa tipologia descrive giornali di diffusione nazionale, scritta in una lingua comprensibile in tutto il paese sociologicamente e geograficamente. Deve possedere autorevolezza, tramite il prestigio della batteria dei giornalisti, che danno impressione di un sistema informativo più ricco, inviati in tutto il globo. Autorevole significa pesare in tutte le sfere dell'opinione pubblica, politica, religione, scienza e ad oggi anche quella dei media. Le sfere possono essere complementari oppure opposte;
- Giornale di partito, di grande tradizione ma ad oggi praticamente estinto alla fine degli anni '90 con l'estinzione dei partiti di massa, L'avanti dei socialisti, testimone delle rivolte degli operai; l'unità fondata da Gramsci, comunista nel periodo del fascismo, che arriverà a vendere svariate copie negli anni 60 e 70. Tutti i grandi giornalisti passavano dall'unità, segnando la storia del giornalismo italiano, altro giornale è "il popolo" che vede il cattolicesimo che si introduce in politica e l'ultimo è il secolo d'Italia: lanciato dai fascisti e sostenuto da questi ultimi anche dopo la caduta di Mussolini e la fine del ventennio; ha avuto risonanza a livello nazionale;
- Giornale di tendenza: sostituito dai giornali di partito e giornali di principale categoria in Italia. Con tendenza si intende tutte le tendenze che rendono la loro trattazione il principio dell'esistenza del giornale stesso, politica è la principale, ma non l'unica: per tendenza si intende anche tendenze sociali. Il manifesto è il principale giornale di tendenza, mai stato giornale di partito. Il nome è preso dal manifesto del comunismo di Marx, essendo nato da una rivista fondata a seguito di una scissione del partito comunista italiano. Ha uno spirito sovranista. Il fatto quotidiano rappresenta la sinistra, ed è contro la corruzione in generale, a suo opposto si ha il giornale degli avvocati. Il direttore di questo giornale è Travaglio. Tra i giornali di centro-sinistra si ha la Repubblica, giornale particolarmente schierato, pro papa, anti-salviniano, e favorevole all'immigrazione. Per il centro-destra, si ha il giornale, berlusconiano in rappresentanza di forza Italia o Libero, di Feltri, il foglio di Ferrara, che sembra in transito verso il renzismo e la verità di Belpietro. Anche i telegiornali possono avere questa divisione a partire dalla sua posizione politica: il TG3 è ad esempio la rappresentanza delle macerie della sinistra. Questo schema è applicabile a qualsiasi tipo di giornale;
- Giornale regionale, ovvero di copertura solamente regionale;
- Giornale interregionale: vengono adottati da una comunità in base alla sentita identità; (a Piancastagnaio giornali del grossetano vs. a Abbadia San Salvatore: giornali del senese);
- Giornale di settore: Sole 24 ore, Milano finanza, Gazzetta dello sport, spesso di settore finanza, sport ed economia, si occupano di un unico settore nel particolare. La Gazzetta dello sport si occupa di sport a livello nazionale, si concentra su Milano, mentre stadio ed il corriere dello sport possono essere considerati una unica testata, che però va a dividersi da un punto di vista geografico, stadio da Firenze in su (centro-nord) ed il corriere dello sport da Lazio in giù (centro-sud). Se il giornale sportivo, inizialmente aveva uno stile di scrittura che tendeva ad epicizzare e spettacolarizzare le gesta degli sportivi, con l'avvento della televisione il giornalismo sportivo si limita a narrare l'accaduto, essendo gli eventi visibili non più come prima. Gianni Brera è stato un personaggio fondamentale nel giornalismo sportivo, che fu il primo ad adottare pseudonimi come "rombo di tuono" per Gigi Riva e neologismi come "alla viva al parroco" per le spazzate. Con l'arrivo di pay-per-view e pay-tv, insieme allo sport, si tratta del gossip a proposito dei grandi sportivi. Anche i giornali televisivi hanno degli specifici conentori per i temi economici e finanziari. Tra questi giornali abbiamo anche l'avvenire, che vende sulle 100 mila copie e supporta la linea del papa. Nonostante tutti gli altri giornali del suo tipo siano in calo, l'avvenire è l'unico in crescita;
- Free press:

- Siti informativi
- Giornali online

11/11

Seminari: Andrea Rauch EX docente di comunicazione grafica e professionista grafico / Illustratore

Il seminario tratterà de "il racconto dell'illustrazione", storia della grafica tramite una scelta molto personale dei grafici (coloro che fanno grafica).

Storia dell'illustrazione dal 1850 alla fine del '900. Gli ultimi anni hanno cambiato i personaggi, ma anche la loro disposizione. Pinocchio riferisce ad un libro, Masha e orso non si capisce se riferisca ad una serie televisiva, una serie di gadget etc... I personaggi dell'immaginario hanno perso la loro natura inchiostrata ad una digitalizzata e promossa dai media digitali.

Il 1845 è il punto di inizio del libro, con Heinrich Hoffman che scrive ed illustra per uso personale pierino porcospino, per educare il figlio ed il suo gruppo di amici. L'educazione viene posta "ad contraris" ovvero punendo comportamenti negativi crudamente, per inibire i suddetti comportamenti (ciucciarsi il pollice = "il gran sartore" provvede ad amputarli). Questo paradigma verrà abbandonato negli ultimi anni con il dottor Spock.

Charles Perrault, il primo a mettere su carta cappuccetto rosso, che recupera una antica leggenda europea (versione francese in provenzale 1100) nel 1936 le fiabe di perrault vengono messe su carta e pubblicate.

La morale di Perrault era quella di non andare a letto con i "lupi". I fratelli grimm nel 1912 dopo che il lupo ha mangiato sia Cappuccetto che la nonna il lupo si addormenta e viene aperto liberandole, donando a questa fiaba il classico lieto fine. Se Dorè nel 1860 evita di illustrare la morte di cappuccetto, egli provvede ad illustrare a letto con il lupo, sebbene questa potesse accorgersi della "finta natura" della nonna. Le vecchie fiabe hanno tre colori, bianco rosso e nero. La significazione dei colori arrivano dal medio evo con la costruzione dei colori. Il rosso era riservato a nobili e sovrani, in quanto era il colore più difficile da ottenere, a contrario del blu, colore del cetto basso, che compongono il vestiario della madonna nell'iconografia classico. In dorè l'interpretazione analitica suggerisce che la bambina deve fare la ritrosa per permettersi di andare a letto con il lupo, e rappresenta l'esplorazione della sua crescente sessualità entrando in una foresta dalla quale non si sa se possa uscirne.

Gian burrasca (1911), o Giannino Stoppani ha una sola caratteristica, nessuna ipocrisia. Gian burrasca risponde liberamente anche in modi che gli adulti risulta vergognosa o disdicevole. A 40 anni dalla prima pubblicazione e illustrazione viene messo sapientemente a colori da Vinicio Berti.

"Pinocchio non è" questo è il modo di descrivere il personaggio, pinocchio si definisce attraverso le sue caratteristiche, ma non è un automa, non possedendo un meccanismo né un burattino visto che non ha fili. P inocchio nella sua prima illustrazione del 1883 di Enrico Mazzanti è un adolescente, divenendo un bambino nel 1941 e nel 1942 con Giovanni Manca e Roberto Sgrilli. Jon Carling nel 2018, crea un pinocchio dallo stile disneyano rerò, rendendolo un bambino, in bianco e nero. Cosa è pinocchio ragazzo o ragazza? Leggendo il testo ci si riferisce ad un ragazzo la prima versione (mazzanti) è l'unica verdione in cui Collodi era in vita rendendo quindi l'illustrazione di mazzanti quella più vicina all'idea collodiana, mentre nel 1924 Cavalierei rende pinocchio chiaramente femminile, movimenti aggraziati, labbra rosse, dito di vespa e vestiario femminile. Questo proviene da un pezzo della narrazione "un vestituccio di carta fiorita, un paio di scarpe di scorza d'albero e un berrettino di midolla di pane": come si può illustrare questa descrizione? Ogni illustratore provvede a risolvere a modo suo, non essendo aiutato dal testo ed impossibilitato al confronto con l'autore in quanto morto. La sommarietà della descrizione permette al grafico di lavorare su se stesso, e risolvere mettendo fondo alla propria fantasia.

"Pinocchio è il ragazzo-burattino scandaloso, che non si piega alla morale corrente e corre via..."

Questa è la definizione che un autore americano dà di Pinocchio che si oppone a Gian Burrasca, che fa parte della società e in una ribellione più borghese, mentre Pinocchio, in mancanza di definizione non è parte della società, sfuggendo alle sue regole.

La natura di cui Pinocchio fa parte non gli è amica, ma matrigna: il libro di pinocchio non è solare, ma è notturno, cupo, che sta contro al suo personaggio, deprivato di una madre in quanto la fatina non è d'aiuto a Pinocchio, non fa niente per ingraziarsi il burattino. La fata dai capelli turchini non è per il burattino una figura familiare, ma parte della natura avversa di cui il nostro protagonista fa parte.

Sebbene nella prima stesura il libro terminasse al 15esimo capitolo, con l'impiccagione alla grande quercia ad opera dei briganti; ma a seguito della richiesta dell'editore pinocchio muore a seguito di ciò, nel momento in cui questi diventa un bambino vero.

"Alice in wonderland" ed originariamente "Alice underground" conosciuta come alice nel paese delle meraviglie è una storia britannica, la cui fama è legata molto strettamente a quella del suo illustratore originale. Nel 1862, il reverendo Dawson (di cui Lewis Carrol è il nome d'arte) organizza una gita in barca sul Tamigi con tre bambine figlie del rettore. La più spigliata delle tre, Alice, chiede una storia e Dawson racconta la trama di Alice nel paese delle meraviglie. Alice richiese una versione scritta, costringendo l'allora professore di matematica segna su un libricino che va a donare alla bambina, che lo custodì gelosamente. Ad oggi può essere trovato al fianco del testo di Yesterday, firmato dai Beatles.

L'illustrazione, quando Carrol decide di pubblicare il libro con un editore, è lasciata a Tenniel, che non soddisfa però lo scrittore che si lamenta delle proporzioni e dello stile di disegno utilizzato. L'iconografia classica del cappellaio matto si identifica alla prima versione di Tenniel, cui si riferiscono tutte le seguenti raffigurazione andhe di artisti considerati più capaci o conosciuti.

Peter Pan, non va confuso con la versione Disney dei fatti. I bambini prima della nascita sono tutti uccellini, che provengono da una isola degli uccelli nelle serpentine. Quando una mamma ha un bambino il corvo Salomone che soprintende le operazioni invia alla famiglia un bambino, che dimentica di essere stato un uccello, dimenticandosi di saper volare. Pan arrivato a casa vola via e torna all'isola di provenienza. Peter trova un suo flauto e diventa l'orchestra delle fate, la cui regina gli concede, visti i suoi sforzi, 3 desideri. Uno dei 3 è quello di tornare dalla mamma, la cui finestra è però adesso chiusa e dietro alla quale si trova un altro bambino. Pan rimane quindi in un limbo, non essendo un bambino, ma ormai nemmeno più un uccellino. Altra cosa, se Disney rappresenta Peter Pan come un adolescente, è da ricordare che Pan è in realtà un poppante.

Heidi fu scritta nel 1890, esplose di popolarità negli anni '20 e poi lanciata definitivamente dal lavoro di animazione giapponese con Miyazaki. Viene prima illustrato da Rudolf Munger nel 1924 poi ripreso da Tomi Ungerer 1978, Tomi Ungerer fù una pietra miliare della storia della grafica, che fù autore di manifesti contro la guerra in America e di movimenti giovanili.

12/11

Scrivi un parere soggettivo di una delle fiabe ieri illustrate od eventualmente non nominate ma ben conosciute personalmente, o una loro lettura critica e personale.

Esercitazione

Nel giornale ha una testata, che lo denomina e ne promuove gli intenti. Il giornale locale contiene la sostanza legata a forme locali e cittadine ad orizzonte nazionale più che viceversa, per cambiare si deve aspettare l'unità d'italia e l'identificazione in essa. Nel tardo ottocento e inizio novecento si ha un avanzamento in questo con la perdita delle ultime pagine. A metà del novecento con la globalizzazione (generalizzata) nel consumo di merci e informazione, specie con l'avvento del computer, globale. Nascono nuove qualità di giornale, nazionale con legame locale, giornali interregionali ovvero avendo epicentro di produzione o interesse e che si espandono ad aree diverse da quelle di cui si parla. C'è un'italia antropologica, con identità tradizioni e consumi che non si sovrappongono ai confini dell'italia geografica. La stampa di Torino ad esempio è letta in Liguria, nord della Sardegna e Val d'aosta ed ovviamente Piemonte. I confini del consumo di questo giornale ricalca quelli del regno dei Savoia. La repubblica, giornale toscano per eccellenza, dovrebbe arrestarsi al di fuori dello spazio tra Siena a Massa Carrara, ma arriva a Perugia e quindi La Spezia.

Il tutto cambia dagli anni 70 a fine 80. Con la globalizzazione dell'informazione. Il primo a rivoluzionare il metodo di messa in onda delle notizie è vermicino: la prima diretta che ritraeva il tentativo di salvataggio di un bambino in un pozzo, questo si verifica quotidianamente ad oggi, essendo immersi nell'informazione che viaggia attraverso spazi e

continenti nel giro di minuti. La globalizzazione cambia quindi il rapporto tra notizia e fruitore, ampliando i limiti dell'informazione, diminuendo l'informazione a proposito delle località concentrandosi più sull'informazione sul piano internazionali. In risposta a questo nascono i giornali iperlocali, ovvero sempre più locali e legati al territorio; questo è sintomo di un significativo mutamento nella necessità di informazione del fruitore. Il giornale iperlocale gonfia al massimo i fatti in-loco, rendendo personaggi locali, altrimenti esclusi dall'universo dell'informazione, centrali nella loro narrazione. I giornali iperlocali, tentano di enfatizzare i fatti sino a renderli notiziabili, rendendoli più vendibili e più attrattivi, al fine di garantire la sopravvivenza del giornale. Nasce anche il giornale regionale panino, ovvero quel giornale che contiene un giornale locale all'interno di un giornale nazionale. La nazione ha per esempio La nazione ... (siena, firenze, perugia, palermo...) mettendo in crisi i più piccoli giornali locali. La grande editoria, accortasi che il giornalismo locale non può essere abbandonato. Questo è segno di un cambiamento profondo del panorama dell'editoria.

Il giornalismo e la rete è in Italia un fenomeno che arriva tardi (anni '90). I primi giornali ad usufruire del web sono l'unione sarda e l'unità. Cresce con l'evoluzione della rete e con il web 2.0 che rivoluziona le forme del giornalismo. Quando non decollano i giornali creano il cosiddetto portale: nel quale si unisce allo scopo informativo una vasta di altri servizi. I giornali online designano quei giornali che hanno scansioni in pagine che hanno gli stessi argomenti del formato cartaceo e che richiede un abbonamento parziale o totale. La notizia viene anticipata sul sito informativo gratuitamente, ma se si è interessati a maggiori informazioni a riguardo si deve pagare. Il metodo serve a differenziare i vari livelli di informazione: superficiale o profonda ed è stato utilizzato in primis dalle grandi testate a livello internazionale, come ad esempio il New York Times fino ad allargarsi a cascata sulla maggior parte dell'editoria internazionale.

15/11

Se prima si ricerca in comunicazione di massa, quando quest'ultima diventa comunicazione applicata nascono le prime teorie.

Effetto proiettile: ogni notizia è uno sparo ad un individuo. Di natura non scientifica.

Teoria di Lippmann: gli stereotipi. Assemblata nel libro "opinione pubblica" la notizia che valica gli oceani, come si capisce? Il giornalista per Lippmann usa forme stereotipate o standardizzate, modulando ogni notizia in modo che possa essere universalmente compresa.

Teoria dello studio sugli effetti di medio/lungo termine. Si oppone alla prima, in quanto il giornalismo si adagia notizia dopo notizia nell'uomo e che si notano solo a medio o lungo termine. Indirettamente messaggi che crediamo di aver bypassato ci influenzano comunque.

Teorie più moderne soppiantano le precedenti. Ci sono varie tipologie di teorie in comunicazione:

- Che analizzano chi veicola il messaggio
- Che analizzano il messaggio
- Che analizzano i metodi di ricezione e veicolazione
- Che analizzano gli effetti sui riceventi

La teoria del news making analizza l'emittente, che divide chiaramente fatti e notizie, secondo la già vista definizione, considerando il giornale come raccogliitore di notizie selezionate in tempo e spazio. La teoria del newsmaking analizza i meccanismi per i quali i fatti diventano notizie. Gans e Maconce: il newsmaking è un approccio metodologico preso da numerosi studi, in Italia dallo svizzero Mauro Wolf. Nessun avvenimento è notizia in sé, ma ne è l'origine.

Non è possibile far coincidere un fatto ed una notizia in quanto mediati dal giornalista e dalla sua visione della realtà. Il giornalista ha la capacità di individuare le notizie, questa teoria ci dice che è vero, ma che alla base di ciò ci sono dei valori sofisticati che determinano il quadro dal quale un giornalista può scegliere. Mauro Wolf dice che un fatto possiede dei valori, dai quali si può stabilire la notiziabilità di quest'ultimo. Affinché un avvenimento si trasformi in notizia deve avere valori affini al superamento delle routine produttive, questi criteri devono essere quindi flessibili per adattarsi alla varietà delle necessità produttive, e bisogna ricordare che la possibilità di dare una notizia dipende

dalle altre notizie possibili: per Gans i valori erano assoluti, ma non è così ed i valori di determinate notizie vanno comparati ai valori delle altre, di modo da scartarne una e passarne altre o stabilirne la gerarchia. I valori delle notizie non sono quindi assoluti ma vanno comparati.

La teoria del newsmaking dice che se una notizia possiede determinati valori-notizia, la conoscenza dei pochi diviene appannaggio dei molti. Le regole della notiziabilità sono dettati dal sistema valoriale dei fatti ed il giornalista ne è il misuratore:

- Criteri sostantivi, i più importanti, sono i principi di base della notiziabilità. Riguarda ad esempio il grado di interesse del fatto sul pubblico, più il numero di lettori è numeroso, più verrà tenuto in considerazione. Il secondo esempio di valori presi in esame è la rilevanza dei personaggi del fatto, o si tratta una notizia come notiziabile se questa influisce direttamente sui destini di una nazione. Più è vicino il fatto all'area di riferimento del giornale più questo sarà notiziabile.
- Criteri relativi al prodotto: criteri che incidono concretamente su ciò che devi elaborare. In un giornale online, ad esempio, i due fattori principali saranno la novità del fatto o del pezzo o se quel prodotto è conciliabile con l'uso che se ne vuole fare ed il mezzo di distribuzione con il quale questo verrà pubblicato.
- Criteri relativi al mezzo: ciascun mezzo ha delle caratteristiche ben specifiche e per poter apprezzare una notizia all'interno di uno di questi, la notizia deve rispettare dei canoni e degli schemi che devono tenere conto delle necessità espressive del mezzo che la ospita.
- Criteri relativi al pubblico: tra questi vi è il valore delle aspettative incrociate, notizie trattate in base alle aspettative dei propri lettori.
- Criteri relativi alla concorrenza: tra questi criteri vi è la ricerca dello scoop, della notizia maggiormente attrattiva, della maggiore preparazione, immediatezza, innovazione e completezza

La struttura di un giornale nazionale è piramidale, ciò incide sullo stesso criterio di adozione dei valori notizia; infatti, per finire in prima pagina, deve arrivare alla sommità della piramide:

- Alla base sta il luogo del fatto, la diramazione del giornale; ovvero dei referenti del giornale nelle varie località.
- Il primo punto a decidere il futuro di un fatto vi è la redazione locale, all'interno della quale vi è un'altra piramide, alla cui sommità vi è un capo-redattore, che comunica sì con i livelli minori, ma soprattutto con quelli più alti ed esterni a quella redazione locale.
- Un giornalista per prima cosa legge il giornale, così da comparare la notizia con gli altri giornali. Il mondo della produzione mediale e giornalistica vive grazie ad un sistema di relazioni.
- I capo-redattori di tutti i settori (corrispondenti a pagine e formati ed argomenti presenti nei vari giornali) ed il direttore si riuniscono nelle riunioni di redazione per discutere le gerarchie dei fatti. Questa permette di mettere a conoscenza dei giornalisti cosa successe in quel giorno anni addietro o cosa potrà succedere nel futuro. La struttura dei giornalisti deve essere mobilitata: ci sono le redazioni locali e gli inviati. Giornali appartenenti allo stesso gruppo possono scambiarsi fatti e notizie. Alla riunione di redazione si mobilitano "truppe giornalistiche" in base alle previsioni sulla base della sensazionalità degli eventi. È possibile che un capo-redattore richieda pagine di cultura sulla base di avvenimenti passati e ripescati dalla storia.
- L'analisi della concorrenza consiste nella visione delle notizie di giornali concorrenti, nel caso in cui un giornalista abbia ritenuto poco importante una notizia, a cui un concorrente ha dato tre pagine, si dice che abbia preso "un buco". Da questa continua interazione tra testate si può notare come l'editoria sia un organismo "vivo": una vera e propria industria

Un fatto che a inizio mattinata è in prima pagina, può finire in ultima in giornata: sulla base delle discussioni in redazione, del menabò del giornale (la bozza o il disegno di tutte le pagine del giornale) e dei fatti dell'ultim'ora, in quanto il continuo evolversi e susseguirsi degli eventi possono sconvolgere le gerarchie delle notizie. A partire dalle 11 fino alle 9 si rimane a considerare questa evoluzione degli eventi da qui il caporedattore, che resta, se dovesse arrivarci una notizia importante utilizza la tecnica della ribattuta: che permette all'ultimo secondo di intervenire sul

giornale anche dopo che il sistema di produzione sia in funzione. L'intervento è spesso visualizzabile solo nelle "ultime versioni", spesso le stampe destinate a Roma e Milano.

Le tesi sperimentali sono quelle per le quali ci si recava sul campo e si verificava delle teorie o dei sistemi di produzione al prezzo del tempo: si oppongono alle tesi comparative.

Perché vengono scartate alcune notizie? Attraverso un sistema di selezione si poteva ragionare sul sistema dei valori notizia e si vedeva che alcuni di essi erano meno importanti, altri erano "duplicati".

Criteri sostantivi: persone coinvolte, l'importanza delle persone coinvolte, la vicinanza che può essere geografica ma anche sociologia e antropologica e possibilità che si ha nel riprendere il fatto accaduto. Se il giornalista capisce che il fatto che sta accadendo può avere delle continuazioni nel tempo, questo sarà scelto, soprattutto se di cronaca o cronaca nera. Si favorisce una trattazione seriale, ovvero oltre alla continuazione della sua scelta si continuerà a mantenerlo in evidenza.

La legge o lo studio di Maconce distingue il rapporto di vicinanza del fatto e valore teorico delle persone. Maconce studia l'influenza della provenienza del protagonista del fatto (un senese morto ha più probabilità di essere in prima pagina in un giornale locale di Siena rispetto ad un grossetano, ma non a cinque di questi). Il concetto di vicinanza non è solo riguardante la geografia, ma anche antropologia, casta e appartenenza. Era di \zona di riferimento del giornale\ uno dei 360 morti nell'incidente aereo. Lo schema funziona nella vendita di un giornale nel territorio di riferimento, anche disinteressandosi degli altri 259 non meglio precisati individui/personaggi.

18/11-----

Le tre grandi rotture nell'editoria: il giorno (1956 dopo il 1954 arrivo della tv in Italia); il giornale; passaggio da lavorazione a caldo a lavorazione a freddo (rottura tecnologica) e voglia di evoluzione dei giovani sessantottini, a metà degli anni '70 ormai classe dirigente stanca dei vecchi formati dei giornali (rottura sociologica). La rottura sociologica è portata da Eugenio Scalfari, azionista, ovvero rivoluzionari indipendenti alle fazioni comuniste o cattoliche, che fonderà il partito di azione. Scalfari fonda l'Espresso, ma nel '75 con l'aiuto di un industriale di cognome de Benedetti si ripropongono di svecchiare il giornale. In primis con l'arrivo di Scalfari alla Repubblica nel '76, è il primo grande giornale ad adottare un formato tabloid, elimina la terza pagina in favore del paginone cultura e spettacolo. Scalfari è inoltre convinto che la nuova colta classe dirigente non ami lo sport, togliendo quindi le pagine di sport e stampando 6 edizioni sulle 7 possibili, togliendo l'edizione del lunedì, prevalentemente sportiva. Questo progetto rischiò però il fallimento a distanza di due anni, costringendoli a reintegrare lo sport, l'edizione del lunedì e la cronaca nera, ma la vera salvezza del progetto è stato il rapimento Moro. Il fatto spacca l'Italia in due, tra chi pensava che trattare con le brigate rosse fosse necessario per salvare Moro, ed il gruppo più consistente che pensava che trattare con le BR sarebbe stato un simbolo di decadenza e sconfitta della democrazia. La Repubblica, schierandosi con il secondo gruppo, si assicura di essere da giornale di elite a giornale di massa, o giornale bandiera. Nel 1973-1974, nella prima metà dei '70 emerge un fenomeno incredibile, la pubblicizzazione della comunicazione, nascono dapprima le radio private, quindi i primi gruppi di televisioni locali, con il mondo editoriale italiano ad assistere. Mondadori e Rusconi fondano quindi Italia1 e Rete 4. Il costruttore di Milano 2 va a supportare TeleMilano, mentre Italia1 e Rete4 si indebitano fino al collo, mentre da TeleMilano poi TeleLombardia, Berlusconi va a gonfie vele, rovandosi con la fondazione del gruppo Fininvest a possedere ben tre televisioni commerciali.

Perché tutto ciò arriva con tanto ritardo? Prima di tutto questo lo stato aveva il monopolio della comunicazione televisiva, con tanto di legge dedicata che nega la trasmissione in diretta per le reti locali rendendola un'esclusiva della Rai. Berlusconi, dopo aver comprato il Milan, inventa il mundialito: un evento sportivo a San Siro tra 4 squadre che dovranno competere col Milan simulando un piccolo mondiale. Il mundialito (nome selezionato in virtù delle telenovelas che Berlusconi stava comprando per mandare in onda sui suoi canali) viene registrato e messo in onda con un secondo di ritardo rispetto agli avvenimenti in tempo reale, e con l'avvento del governo Demita fa sì che la legge che nazionalizzava la diretta fosse allargata alla televisione commerciale. Tutto questo ritardo comunque fa nascere il consumismo esagerato in Italia ed alimenta la pubblicità, da 5 o 6 miliardi a circa 30 miliardi, specialmente quella televisiva. Viene inventato dalla Rai il carosello, che con l'apertura dei sipari indica che ciò che si sta vedendo è un insieme di messaggi commerciali, sottolineando il mancato legame con questi. Con la grande abbuffata televisiva, la Rai non metterà freno alla Fininvest, ma vi prenderà accordi dividendosi il mercato grazie alla macchinetta della Auditel,

che registrava le abitudini di ascolto e visione di circa 40.000 famiglie italiane. La Rai diventa quindi lottizzata al pari delle TV commerciali, completando il fenomeno consumistico e capitalistico a partire dagli anni 80.

Per effetto della tecnologia avviene l'incredibile, con le tv che stavano lucrando al massimo sulla tv generalista, si accorge che il mondo inizia a necessitare di un paradigma televisivo diverso da quello che stavano offrendo. Da questa realizzazione, si evolvono una serie di rivoluzioni, talk-show ed altri programmi nazionali-popolari. L'esigenza della pay-tv cresce sul modello nord americano che diviene privata con un pagamento ed un contratto nel quale lo spettatore può selezionare i pacchetti da vedere. Mardock è stato uno dei padri della pay-tv che arriva in Italia con Sky e Tele+ con il loro pacchetto sportivo. Dal loro avvento, creano dei meccanismi di cattura dello share giovanile, spostandosi dalla produzione sportiva a quella seriale, con l'importazione di x-factor ed altri programmi. Quando Sky, Mardock e le grandi pay-tv, si accorgono di problemi della duplicazione delle tessere, e della perdita di abbonamenti, organizzano le trasmissioni di modo che la programmazione nei canali 8 e 9 fosse in ritardo mentre con gli abbonamenti i programmi sono visibili da subito. Con la nascita dei nativi digitali arriva la pay-per-view, che consente al singolo individuo di stilare una propria programmazione, non più dettata dal produttore. Il palinsesto è quindi al servizio dello spettatore e non richiede orari e metodi precisi per l'accesso alla produzione.

Da qui arriviamo alla multimedialità, ovvero all'esistenza contemporanea di tutti i media, giornale cartaceo o digitale a pagamento per le élites, siti informativi gratuiti per l'informazione generalista, la radio, ogni tipo di televisione e tutto ciò trasportabile in un Medium unico. Il più delle volte, nonostante la totalità delle possibilità nell'acquisizione della conoscenza, spesso ci si trova di fronte a ossimori ideologici, in quanto tutte le nostre possibilità si scontrano con una crescente difficoltà nella loro collocazione. Esistono delle figure che in tutte le forme di giornalismo e giornalismo che fungono da mediatori tra notizia e spettatore, e che hanno specifiche organizzazioni, routine di produzione e competenze che ne delineano i ruoli, anche se ad oggi queste specificità vengono messe da parte in favore di giornalisti "tuttofare". La società che si sta formando è riportata al sottoproletariato del giornalismo, ritrovandosi contemporaneamente a sostituire tre diversi ruoli o mansioni.

18/11-----

L'agenda (calendario degli orari e degli impegni, la programmazione) è fondamentale nel giornalismo e nei giornalismo, perché permette di muovere le pedine sul campo nonostante la natura piramidale che è alla base dell'apparato produttivo di ogni genere di giornale.

La teoria dell'agenda setting parte solo da tale constatazione, tanto che nelle redazioni vi è una segreteria di redazione, che si occupa di segnalare l'agenda giornaliera. Tutte le notizie sono frutto di un ordine, in quanto sono selezionate nel tempo con il newsmaking, e classificate tramite l'agenda nello spazio delle pagine. Facendo ciò determiniamo le priorità di trattazione fornendo una determinata visione di ciò che è successo al mondo. In base di questo criterio di selezione/classificazione nascono negli anni '80 e '90 varie posizioni teoriche e dopo gli studi dell'effetto proiettile e degli effetti a medio-lungo termine, si arriva nell'era adulta dei media: segnata dall'arrivo di innumerevoli mezzi e giornali. Che determina un diverso clima a livello comunicativo mondiale, al cui proposito vi sono scritti innumerevoli manuali. I media, con ciò non sono più dipendenti dagli altri poteri, ma ne diventano parte munendosi dei propri processi, metodi e capacità. I media si espandono quindi e con loro le loro sfere di influenza. Con la presa di potere della comunicazione, si crea una sottospecie di potere o istituzione autonoma, scollegato o potenzialmente slegato da politica e generale, creando una competizione al suo interno.

Shaw su tutti, in virtù di questa rivoluzione porta la Teoria dell'agenda setting: un modello che sostiene che se le persone sono influenzate dai media, queste tendono ad includere o escludere dalla propria conoscenza quello che i media includono o escludono dalla propria trattazione. Questa teoria segnala un passaggio epocale, uno spartiacque storico: lo spostamento dell'attenzione dello studioso dagli effetti della trattazione dei media, anche alla loro non trattazione. Se non si tratta qualcosa, il popolo le tratta ugualmente, seppur non conoscendole e questo dà alla selezione un atteggiamento di merito. In Italia, gli eventi di cronaca nera sono in progressiva e forte diminuzione a partire dal '900, ma nei media, questo non appare. I media creano effetti di paura, a loro convenienti, che portano la massa all'acquisto del numero. La teoria dice che non conta solo il dire, ma a suo pari conta il tacere. nel sistema comunicativo moderno tutto ciò va amplificato, in quanto qualsiasi forma venga usata per informarsi, l'informazione passa, ma attraverso un filtraggio di terzi. Il processo che la modernità ha avviato è quello dell'assuefazione: i media

sono sempre più considerati attendibili, rendendo ineccepibili, di conseguenza, anche tutti i messaggi che essi veicolano.

Lo story-telling è una pratica ad oggi forse anche abusata, e consiste nel veicolare un concetto tramite la narrazione di una storia. Il giornalista è in un certo qual modo, uno story-teller, in quanto arrangiando la narrazione di un articolo si sta raccontando una storia tratta dalla realtà.

Walter Lippman, a lungo accantonato dalla critica, vive la fase di esplosione del giornalismo di massa con la penna press, ma ne viene ripresa l'importanza nel periodo della nascita dei primi media non cartacei. Come fanno queste informazioni a circolare nel globo e ad essere comprese da comunità diverse, con diversi contesti antropologici e situazioni umane diverse; come fanno a raggiungere questo scopo i giornalisti? Da qui nasce la teoria degli stereotipi. Il nome della teoria proviene da stereotipia, in editoria, un meccanismo di standardizzazione dei contenuti. Per l'operazione di smistamento a livello mondiale e per rendere le persone distanziate temporalmente, spazialmente e culturalmente in grado di comprendere il contenuto, questo viene standardizzato e stereotipato.

Con la consapevolezza delle forti ed evidenti influenze dei media sulla popolazione, di cui ai tempi era esempio la radio, decisivi a più riprese per l'omologazione popolare ai canoni delle varie manovre propagandistiche, sostiene che se si stereotipano le informazioni e le propaga tutte standardizzate, prodotte e distribuite in serie uguali per tutti, si viene a creare una massa di soldatini. In virtù di ciò Lippman crea la teoria dello pseudo-ambiente: ovvero il meccanismo di difesa degli individui al bombardamento dei media. Ogni uomo ha già un bagaglio culturale e delle conoscenze, mappe di sentimenti, di mondo, di storia: ed in caso di ricezione di nuove notizie, queste vengono confrontate con quelle già possedute dall'individuo, immagazzinate nel proprio sapere acquisito. Con mappe della conoscenza, Lippman intende proprio questo: l'insieme delle informazioni acquisite alle quali le notizie che arrivano vengono confrontate.

Dopo Lippman, nasce "la spirale del silenzio" di Nöel Neumann, che vive nella prima metà del '900. La spirale del silenzio è il titolo del suo libro, in cui analizza questo fenomeno teorico. Neumann elabora questa teoria in funzione della nascita della società omologata di massa, provenendo da una scuola di sociologia tedesca. Per la studiosa tedesca, che analizza il rapporto cittadino/opinione pubblica partendo dai grandi filosofi del passato (come Rousseau o Jean Paul Sartre), l'illuminazione arriva dai sondaggi che legge sui giornali. Nonostante qui un partito viene detto in clamoroso vantaggio, al momento dello spoglio questo finisce per perdere. Neumann alla fine di una lunga serie di esperimenti ed osservazioni empiriche si rende conto che le persone per non essere emarginate preferiscono tacere, o a comunicare idee diverse da quelle personali, però maggiormente accettate socialmente. Il silenzio modifica i flussi, ma ciò è un comportamento in ascesa con l'ascesa del nuovo sistema sociale. Sartre dice che il silenzio non solo modifica i flussi, ma genera anche comportamenti conformisti, senza essere assolutamente fermato dai nuovi mezzi di informazione, ma incoraggiato. La spirale del silenzio, declinata come studio degli effetti nocivi portati dall'abuso dei nuovi mezzi di comunicazione, è fondamentale. Per usufruire in modo sapiente di un medium si dovrebbero mettere dei limiti, o delle barriere critiche, che delimitano i comportamenti utili da quelli deleteri.

Effetto marmellata: ripetuta trattazione di determinate notizie deselezionandone altre.

18/11-----

"Il muro cadde anche in Italia" di Paolo Soldini, intervistato da Marcello Flores e Maurizio Boldrini

Concentrato sulla Germania, essendo Paolo Soldini inviato in Germania, vivendo gli anni del crollo del muro sin dagli anni precedenti, che nonostante si diceva prevedibile, questo non lo era. È stato il primo evento di portata storica ad essere in diretta tv. Dopo il crollo del muro il comunismo crolla dapprima in Polonia, poi in Cecoslovacchia ed infine, nel '89, in Romania con l'esecuzione di Ceaușescu e la moglie. La crisi del comunismo ha inizio con l'elezione di Mihail Gorbaciov, giovane, di nemmeno 50 anni. Gorbaciov tentò dopo il duro periodo ed avviò una riforma totale, basata sulla perestroika (ricostruzione) dell'economia e sulla Glasnost (trasparenza) in politica.

Con Chernobyl si poté notare la difficoltà nella verità in URSS, essendo stato per Gorbaciov stesso impossibilitato a saperla. Gorbaciov con la visita in DDR per la 50esima festa della sua nascita, venne osannato ai danni di Honecker, che venne contestato in quanto troppo conservativo. La cortina di ferro (conosciuta da Churchill in un suo discorso in America)

fini e permise a molti tedeschi orientali di viaggiare verso l'occidente, salvo poi essere rispediti in treno in oriente e poi a seguito di numerose contestazioni e proteste in Germania est nuovamente accolti.

Portavoce del governo tedesco comunicò un provvedimento che permetteva di uscire con tempi più lunghi e permessi meno stringenti verso l'est ed alla domanda: da quando avrà effetto rispose da quanto ne so anche da subito: il muro stava cadendo. Le guardie del muro decisero di non reprimere nel sangue la sommossa e di abbandonare la legge per abbracciare l'umanità.

L'unità al tempo titolava: "si è aperto il muro di Berlino; clamorosa svolta della Rdt. La città è in festa". non si trattò del crollo vero e proprio, ma venne pubblicato già dal giorno successivo. Gli venne criticato questo dicendo che nemmeno era stato coraggioso di ammetterne la caduta. Gli unici due giornali ad esserne ottimisti ed entusiasti furono l'avvenire, che festeggiava il successo dei progetti che Giovanni Paolo II portava avanti e l'unità appunto.

Il crollo fu imprevisto e improvviso, infatti uno studioso e responsabile dei rapporti inter-tedeschi e concluse: " voi non tedeschi aspettatevi di tutto, ma non una cosa. Non aspettatevi il crollo del muro ". Il muro in primis è caduto per una comunicazione errata: il transito inter-tedesco doveva iniziare dal mattino alle 5, ma dopo lo "ab sofort" del portavoce venne "ab sofort" abbattuto. Il crollo del muro è dovuto anche dalla natura chiusa del paese. Questo metodo entrò in crisi anche per merito della classe dirigente ungherese, che abbattiede il filo spinato.

L'Europa occidentale rimane ostile nei confronti di Gorbacev, sebbene gli uomini che credevano nel progetto comunista gli dessero fiducia. Gorbacev era un portatore di speranza: se riformavano in URSS, allora era possibile farlo anche in DDR. Si aprì un conflitto tra le classi dirigenti est-tedesca e sovietica, la prima molto chiusa nell'innovazione e l'unione sovietica di Gorbacev che si protraeva verso l'innovazione.

26/11

La scrittura è parte fondamentale di ogni tipo di giornalismo; Galileo Galilei scriveva: "quante arti ha creato l'ingegno umano [...] ma sopra tutte le meravigliose arti create, quale è l'eminenza di colui che ha pensato ad una comunicazione che spazia nello spazio e nel tempo [...] che questo sia il sigillo di tutte le meravigliose invenzioni".

La scrittura già da prima del digitale ci permette di leggere Omero o Shakespeare, cosa sarebbe stato l'umano senza tutto questo? A distanza di 1000 anni, lontani nelle coordinate temporali o nelle Indie lontani nelle coordinate spaziali, grazie alla scrittura, ci è possibile conoscere ciò che lui scriveva. Leopardi loda colui che a partire dal sistema primitivo della scrittura, i cui segni erano legati ad idee e concetti, alla parola, creata da un uomo solo da un genio.

Da questa collezione di idee provenienti da altri tempi a comunicazione, qualsiasi mezzo si utilizzi, è essenzialmente scrittura. Può cambiare il tipo di scrittura, la sua forma, ma questa sarà sempre e comunque centrale. La comunicazione come veicolazione di un messaggio, è, per quanto possano essere presenti immagini, se si vuole dare una qualche profondità comunicativa al tutto, fondamentalmente basata sulla scrittura: sulla parola.

Il modo di scrittura del giornalismo è diverso da quello del poeta: concentrato sulla corrispondenza del suono di ciò che scrive e la propria scena interiore. Il giornalista fa incetta di vocaboli dal "fast food del giornalista", l'insieme totale dei vocaboli utilizzabili nei propri articoli e lavori.

Eugenio Scalfari definisce: "il giornalista è una sottospecie funzionale dello scrittore". Dal momento in cui si passa dal fatto alla sua narrazione, si deve passare automaticamente da una fase di sceneggiatura dello stesso, assegnando ad ogni sua componente una qualche valenza di sceneggiatura, restando aderenti all'obiettività, ma comunque narrando. Sottospecie funzionale descrive il mestiere del giornalista, perché questi è sì uno scrittore in quanto scrive, ma ha un dovere di sceneggiare rimanendo aderente ad un fatto reale, coordinate pre-fissate nello spazio e nel tempo e la necessità di scrivere in funzione della figura ideale del "lettore medio".

A partire da tempo e spazio discendono serie di regole caratterizzanti il mestiere. Ogni giornalista ha un proprio stile, ruolo, caratteristiche ed i propri punti di forza.

Il giornalista è una figura di transito, scrive chiaro in quanto il suo ruolo prevede una comprensione immediata: il giornalista è il tramite tra fatto e pubblico. Il giornalista è un "traduttore" dalla lingua in sottocodice (burocratese, politichese) all'italiano standard. I sottocodici sono forme di lingua che utilizzano vocaboli specifici, strutture specifiche che non sono talvolta universalmente capite, che vanno prima portate al pensiero profondo dietro ad un concetto e

quindi tradotte in un messaggio chiaro ed immediatamente afferrabile. Tra i sottocodici (-ese, lingua utilizzata da specifici gruppi professionali) abbiamo:

- Il burocratese è uno tra i più praticati. I burocrati scrivono con un ritmo lento ed i loro comunicati sono lenti da comprendere, caratterizzate da vocaboli e forme complesse, oscure, anche criptiche. Sostanzialmente esistono tre tipi di impiegati: coloro che usano il burocratese per non essere capiti, coloro che hanno avuto la capacità di confondersi con il suo contesto e colui che ha il potere di far salire in cima alla lista delle pratiche dall'ultimo posto: è il primo passo verso la corruzione;
- Il politichese evita di comunicare lo svolgimento di azioni, ma esprime delle volontà e delle predisposizioni. Questa prima caratteristica permette lo "scarica-barile" verso altri politici od altre istituzioni. Il linguaggio politico non è mai troppo preciso e si mantiene sulla linea delle possibilità, piuttosto che su quella della concretezza;
- Il poliziese è un sottocodice particolare che forma le strutture più divertenti. Il poliziese deriva dalla problematica di corrispondenza tra autorevolezza della divisa ed espressione. La lingua deve ripescchiare al massimo la realtà osservata, quindi viene spesso esagerata.
- Il giornalese, in qualche modo deve tradurre da tutti gli altri sottocodici un testo in italiano corrente. La lingua è polisemica, ovvero caratterizzata da segni linguistici che hanno più significati, in base al contesto nel quale si usa e delle figure retoriche ad esso potenzialmente associate. Tra queste figure retoriche troviamo:
 - **Metafora:** permette di ridurre ad una frase concetti che richiederebbero un maggior numero di caratteri per la sua espressione. Si viene a creare una analogia tra il termine che dovrebbe prendere posto nella frase con una di campo semantico diverso. Attraverso le analogie, un giornalista si trova spesso a far passare un giudizio od una considerazione: "... è una volpe", "... fa da cassa di risonanza", "scendere in campo", etc...;
 - **Similitudine:** come la metafora si avvicinano esseri di cui non si nota l'immediata somiglianza, può causare ilarità se particolarmente inaspettata "Bella come il sole" o "Bella come un camion";
 - **Metonimia:** trasferimento semantico consistente nella sostituzione di un termine con un altro in rapporto di contiguità con il primo. Vi sono vari tipi di metonimia: Contenuto - Contenitore e viceversa: *Quirinale / presidente della repubblica (Contenitore per Contenuto) Un Picasso (Autore per opera)*;
 - **Neologismi:** vocabolo o locuzione di recente creazione, adozione da una seconda lingua, o aggiunta di accezione di un termine, dalla lunghezza di vita variabile (*Webete di Mentana*);
 - **Refusi:** Sono gli errori che un giornalista commette nella stesura di un giornale. I refusi giocano anche sul piano della fantasia, e possono arrivare ad apici di ilarità: "*la regina va in Calore*" anziché "*la regina va in Cadore*";
 - **Iperbole, acronimi e parole composte, abbreviazioni, prefissazioni e suffissazioni** sono altre figure retoriche utilizzate nel giornalese.

03/12

Cos'è un servizio? Dal momento in cui si seleziona una notizia, vi si decide il suo ruolo (prima pagina, apertura, serialità), si decide le generalità giornalistiche della stessa. Il servizio giornalistico è ibrido e sta a metà tra il grande spazio di trattazione e la centralità di una notizia e la mera trattazione della stessa. Una notizia solitamente si aggira tra le 20-30 righe, 40 al massimo, mentre una narrazione secca si aggira sulle 10.

Esistono due generi a cui attingere in vista di un fatto realmente importante: Inchiesta e reportage.

L'inchiesta nasce con il giornalismo, e consiste che all'accadere di un fatto il giornalista deve intervenire ed investigare, ricercando fonti, che queste siano riservate o pubbliche e possano qualificare e specificare il fatto accaduto.

L'inchiesta è il cuore pulsante del giornalismo militante e ne è un esempio quello del caso Watergate. Questo caso consistette nell'inchiesta giornalistica investigativa, che portò alla persecuzione dei due giornalisti, dai servizi segreti ed addirittura l'impeachment del presidente degli USA. Il giornalista si assume tutta la pericolosità del suo mestiere al fine di far sapere al pubblico ciò che è vero e ciò che è giusto, che sia questo di dominio pubblico od anche riservato e confidenziale, tramite fonti affidabili andando contro alla volontà dello stato di segretarlo.

Esiste nel giornalismo la segretezza delle fonti: se un giornalista ha delle fonti affidabili che gli comunicano un fatto, in caso di querela, il giornalista ha il diritto di non pronunciare le suddette. Se in un'inchiesta investigativa avviene un fatto deprecabile, il giornalista può tentare di scoprire che cosa sia realmente successo, oppure può interpretare il fatto portando elementi di conoscenza aggiuntive mancanti nella stesura della notizia. L'inchiesta può quindi essere investigativa, interpretativa, che richiede conoscenze sul fatto di tipo altro, anche antropologiche od infine documentaria.

L'inchiesta documentaria consiste nell'analisi dei big data, in quanto con l'enorme mole di informazioni ad oggi disponibili nel mondo digitale, ci permette di chiarire un fatto. L'obiettivo del giornalista è quello di portare fuori dall'oscurità delle sfere del potere fatti per la sfera pubblica, nei limiti del suo codice deontologico. L'inchiesta differenzia dal commento perché non fornisce giudizi, ma è un genere giornalistico che racconta i fatti in modo puro e distaccato dalla visione individuale del giornalista sulla vicenda.

Il reportage è la più nobile forma del giornalismo, forse superiore addirittura all'inchiesta. Il reportage parte da un fatto accaduto e raccoglie la storia in presa diretta tramite più articoli, coinvolgendo il lettore. Non si limita a raccontare il fatto, ma unisce alla narrazione il contesto del fatto che ne sta alla base, fornendo i punti di vista delle persone coinvolte: mirando a ricostruire fatti di realtà. Il reporter e l'inviato lo utilizza costantemente, ed è diverso dagli altri generi giornalistici anche dal punto di vista semiotico.

Il reportage deve quindi portare con sé degli effetti di realtà e ciò è quello che lo differenzia dal documentario, che fornisce solamente delle immagini fini a sé stesse: cartoline.

09/12

Seminari: Giusy Cascio, TV sorrisi e canzoni. Sull'intervista.

Con l'intervista, l'intervistatore deve sapere più dell'intervistato sulla sua vita personale, al fine di entrare con quest'ultimo in un rapporto di empatia.

Per intervista si intende l'incontro di sguardi, la connessione ed il rapporto visivo che l'intervistatore scambia con l'intervistato, per ottenere dall'intervistato informazioni sia in modo verbale che posturale. Il rapporto può svilupparsi anche come uno scontro: è un colloquio atto ad ottenere notizie. Nasce a metà del 1800 in Francia con il nome originale di entrevue.

Cosa intendiamo per notizia? Si intende ciò che il caporedattore decide che così sia, praticamente, mentre per la definizione da manuale la notizia è il racconto dell'accaduto grezzo: che prende il nome di fatto.

Come si fa un'intervista?

- Per prima è necessaria un'informazione profonda sull'intervistato;
- Lista di domande da porre;
- Riportare in modo accurato stile e concetti dell'intervistato;
- Attenzione ad allusioni e modalità espressive;
- Domande chiare e brevi, se risposte lunghe si possono inserire domande retoriche;
- Vietato inserire in un'intervista dichiarazioni raccolte in occasioni diverse.

Stiamo intervistando Silvia Sutera, studentessa agrigentina all'università degli studi di Siena, del corso di scienze della comunicazione. Oggi ci siamo interessati alle volontà che la studentessa riserva per il futuro.

Salve, mi dica qualcosa su di lei, come si chiama, che lavoro sogna di fare da grande?

<< Mi chiamo Silvia Sutera, sono una studentessa universitaria e... Bella domanda! Il mio lavoro dei sogni è quello di designer o quello di giornalista nel campo della moda. >>

Si è già cimentata in attività riguardanti il mondo della moda?

<< Sì, ho provato a fare contest di alcuni brand: come Bliss Body, nel quale veniva richiesto di ideare nuovi prodotti. Oltre a questo tipo di approccio, ho anche fatto la modella per un prodotto da me disegnato e cucito e per un fotografo in alcuni scatti per la sua mostra fotografica. >>

Cosa ritiene più utile nello svolgimento del suo lavoro dei sogni? Pensa di avere le carte in regola?

<< è una cosa che amo, ma non avendo mai provato ad entrare in questo campo in maniera professionale, spero vivamente che quando lo farò sarò in grado di farlo. L'importante è tenere gli occhi aperti verso le nuove tendenze ed anche quelle passate, ricercando qualcosa di particolare ed originale, che possa essere apprezzato dal pubblico. >>

Lei è veramente una bella ragazza: preferirebbe la strada della modella o quella della designer?

<< La ringrazio! Quella della designer, perché amo pensare che le persone ritengano bello quello che creo, prima di quello che sono. >>

Ha progetti?

<< Sì sto preparando molti schizzi e progetti che una volta completi possa mostrare e chissà, magari produrre!>>

La ringrazio infinitamente per il suo tempo. Arrivederci ed in bocca al lupo per i suoi progetti.

<< Grazie a lei, crepi! >>

Intervistatore: Martin Balducci

Intervistata: Silvia Sutera

10/12

Intervista: genere giornalistico caratterizzato tutt'ora da alti e bassi, variata di volta in volta.

L'intervista deve cercare di dare un senso di obiettività.

L'intervista volante è quell'intervista a caldo fatta al momento dopo un dato evento sul quale bisogna acquisire informazioni e nuovi punti di vista. Può essere telefonica o face-to-face.

L'intervista a personaggi è firmata dai più grandi giornalisti, che devono cercare di narrare e ricostruire la storia del personaggio intervistato. È face-to-face per cogliere ogni particolare, comunicativo anche a livello gesturale.

L'intervista ha anche la forma di Forum, che consiste nel confronto di una voce con delle altre.

L'intervista all'esperto è basata su profonde conoscenze sull'argomento. Necessita di una particolare attenzione sulla scelta linguistica che l'esperto fa.

L'interviste tappetino sono quelle basate sulla contestazione e sono una delle cause dell'effetto marmellata, interviste tutte uguali e ripetitive.

Il colloquio è un qualcosa di più ampio rispetto al giornalismo. Il giornalista qui ha il dovere di inserire le frasi riportate dall'intervistato nel contesto, con attenzione particolare all'ambiente, alla routine dell'intervistato, alla sua giornata.

I due generi sono divisi dal ruolo dello scrittore: nell'intervista il giornalista deve fare da tramite, mentre nel resoconto questi deve fare da narratore, servirsi di schemi narrativi per dipingere al meglio il personaggio nel suo contesto.

L'Italia è il paese in Europa e forse nel mondo con più giornali sportivi, nonostante avesse avuto nei primi uno spazio minimo. Questo spazio va ad ampliarsi con la fine dell'800, alla ricerca di una rinnovata identità nazionale (ce lo confermano anche i nomi spesso latini dello sport: Robur, Juventus, Mens sana). Siena dice che sia stata fondata dai discendenti dei fondatori di Roma, perseguitati dallo zio malvagio, nascosti da una nuvola una volta arrivati sui colli senesi a bordo di due cavalli, uno bianco e uno nero. I romani terminano l'inseguimento, i due vengono allevati da una lupa e viene poi fondata Siena Romana.

L'Italia in questo momento storico si reinventa: nasce agli inizi del '900 "la rosa" il giornale più importante del paese, promotrice di grandi eventi sportivi come il giro d'Italia (vincitore in maglia Rosa). La gazzetta è caratterizzata da numerose edizioni territoriali, spesso regionali. Oltre ad essere il giornale più venduto d'Italia, nonché il giornale da record in vendita e produzione nel periodo dei mondiali in Spagna e Germania, sarà anche il primo ad adottare anche una sua versione online.

Prima della crescita del calcio come sport nazionale, quel ruolo era affidato al ciclismo di Coppi e Bartali. I più grandi giornalisti e scrittori seguivano il giro d'Italia, fino al '56, all'arrivo dell'inventore della lingua sportiva italiana: Gianni Brera. Il merito di Brera fu quello di adattare alla vecchia televisione la narrazione epica che caratterizzava la cronaca sportiva, che va a declinare quando si approda alla nuova televisione: I calciatori diventano star, testimonial, influencer, sono ripresi negli spogliatoi, in campo, escludendo quindi il vecchio ruolo di sensazionalizzazione che il giornalista aveva in precedenza. La televisione sportiva di oggi è spostata molto più sul gossip, sulla vita privata delle "star" dell'universo sportivo.

12/12

Il lettore decide rapidamente se prendere in considerazione un dato prodotto. In recenti studi si dice che la scelta tra la lettura del solo titolo o dell'intero articolo avviene nel giro di 8 secondi, andando a diminuire nella fase della cross-medialità, dove ogni individuo riceve in media 400.000 messaggi giornalieri, calandone l'attenzione.

È l'editore che oggi deve trovare il giusto metodo di persuasione dei fruitori. Dati i pochi secondi a disposizione a convincere qualcuno a visionare un film o una pubblicità, per la lettura la persuasione si fa molto più complesso. Le linee che contano in un articolo sono le prime quattro righe, la chiusura ed il titolo.

Greimas, padre della semiotica della scrittura, attraverso la sua teoria sostiene l'importanza della manipolazione della produzione giornalistica. La manipolazione, in filosofia, indica la gestione di qualcosa al fine di ottenere effetti negativi sull'individuo che ci viene in contatto.

Per Volli ed Eco: "l'idea che lo scopo dell'emittente sia di trasmettere un messaggio chiaro ed inequivoco al suo interlocutore, perché questo sia esattamente compreso, è straordinariamente semplicistica in rapporto alle circostanze reali della comunicazione, che noi sperimentiamo continuamente". Ciò significa che cambiando destinazione, fruitore ideale, si vanno ad alterare gli schemi enunciativi e la retorica dell'articolo, lasciando la notizia invariata:

La teoria di Greimas ci dice che la produzione di comunicazione è sempre finalizzata a provocare delle azioni, ogni lettore ha le proprie competenze, in ripresa della teoria del lettore modello di Eco, anche sostiene che non tutte le notizie sortiscono effetto a causa della banca di nozioni che ciascun individuo possiede già da prima della lettura di un articolo, all'interno della quale verranno inserite quelle apprese dalla nuova lettura.

Da tutto questo interviene l'elemento fatica, la capacità di mantenere l'attenzione su di sé ed aumenta la tendenza ad essere tenuto in considerazione dal fruitore. Jakobson rielabora le funzioni basilari spiegate di Shannon, convertendo tutte le azioni che aveva studiato alla parola. Jakobson enuncia sei funzioni:

- **Emotiva / Espressiva:** capacità di un emittente nell'espressione di sé stesso, emozioni, sentimenti ed identità nel suo messaggio; L'articolo non deve dare impressione di essere precotto standardizzato o di sottocodice burocratese o politichese, ma deve esprimere l'identità dell'emittente;
- **Fatica:** consiste nel lavoro fatto al fine di garantire il contatto, la funzione fondamentale.
- **Poetica:** riguarda l'organizzazione ed il modo di costruzione del messaggio. È l'impostazione dell'articolo;

- **Metalinguistica:** basilare, a definire il codice in uso ed implicitamente i rapporti tra editore e lettore, che varia al variare della testata di riferimento. Il giornalista deve utilizzare un linguaggio differenziato a seconda del lettore alla quale ci si riferisce;
- **Referenziale:** mette il messaggio in contatto col mondo, comunica il messaggio espresso dal giornalista e cosa intendeva con quest'ultimo.
- **Conativa:** funzione del linguaggio con cui l'emittente cerca di indurre il destinatario ad adottare un determinato comportamento;

La retorica ha base in tempi antichi, già Aristotele ne fu studioso, con pathos, ethos e logos: ovvero emozione, etica e linguaggio. Sin dalla nascita della comunicazione di massa, i comunicatori hanno necessitato della persuasione (Sofisti).

Le funzioni persuasive dipendono dal lead narrativo (ciò su cui si punta per persuadere), il topic (notizia) e nel giornalismo anglosassone il comment (commento della notizia).

Vanno distinte seduzione o persuasione, che consiste nel convincimento di chi non la pensa come chi la attua, attraverso le sovraelencate funzioni del linguaggio ed il proprio essere carismatico, e propaganda, basata su gruppi di potere organizzati che mettono in atto con sofisticati sistemi e manipolazioni per far sì che gruppi volenti o nolenti le adottino ed è un qualcosa che produce effetti catastrofici sull'umanità.

Per sedurre e persuadere, quindi si devono conoscere delle tecniche specifiche atte a questo scopo. Volli tratta di ciò in un libro sulla circuitazione seduttiva, ovvero sulla necessità di conoscere determinate pratiche seduttive per convincere chi la pensa in modo diverso. Questi meccanismi vengono anche inconsciamente attuati nel quotidiano, in casi di infatuazione, marketing, etc.

Greimas, sull'enunciazione, distingue nettamente tra discorso e storia: Discorso dotato di 1e e 2e persone, avverbi di tempo e luogo, riferimenti al contesto della narrazione, tempi solitamente presenti, mentre per la storia si intende un qualcosa con presenza prevalente di forme "noi", riferimenti assenti all'enunciatore, più riferimenti al contesto nel quale il fatto è narrato, e tempi solitamente al passato.

Editori ed enunciatori di posizioni collettive: Forma della storia

Inchiesta, reportage ed altre forme dello stesso: Forma del discorso

16/12-----

L'illocuzione è una tecnica all'interno dello schema della circuitazione persuasiva, e consiste nel convincere qualcuno a fare qualcosa. Servizi, articoli e giornalismo servono, oltre che ad informare, a indurre i suoi destinatari a fare o tenere certi comportamenti. I giornali nazionali si rivolgono al grande pubblico tramite il sistema delle marche denotative, ed è ciò che lo differenzia dal giornale di tendenza.

Non ci si riferisce alla forza di cosa significa un discorso, ma cosa questo induce i fruitori a fare: questa è la definizione di forza illocutoria. La forza illocutoria assume ad oggi un valore particolare.

Altra tecnica da cui passa la manipolazione persuasiva è la tematizzazione, che consiste in una delle tecniche più abusate degli ultimi tempi, nel modo in cui si organizzano i vari articoli e la scansione stessa delle pagine, permettendo veri e propri percorsi di lettura, rendendo il contenuto veicolato superiore a quello effettivamente narrato. La tematizzazione è una tecnica poco evidente nella sua attuazione e dà degli effetti mostruosi.

Se l'articolo è il racconto di un fatto accaduto, è evidente che necessiti di un'impalcatura letteraria, una sceneggiatura. È necessario fare riferimento agli schemi di narrativizzazione. Ciascun tipo di giornale adotterà lo schema che più gli conviene: il popolare ai cliché teatrali, il nazionale forme di lettura più neutre (corriere e repubblica tendono a bilanciare il modello neutrale con quello passionale da il Cairo).

All'interno di una narrazione si riconoscono numerose strutture:

- Macrostruttura
- Intreccio: insieme dei fatti nell'ordine in cui sono narrati sono legati dalle coordinate temporali reali;
- Fabula: quando la narrazione dei fatti segue cronologicamente l'avvenire degli stessi nella realtà;

Louman: privilegiano i conflitti, permettendo di alludere ad un'incertezza autogenerata, rinviando al futuro l'informazione risolutiva su chi vince o perde. generare tensioni dal lato della comprensione della comunicazione. La costruzione del conflitto, infatti rientra fra le tecniche di circuizione persuasiva, ed è anche tra le più utilizzate attualmente. Questa tecnica consiste, tramite la comunicazione, nello spingere i fruitori a schierarsi perché ciò aumenta l'attenzione verso il prodotto nel quale si costruisce il conflitto. Il primo ad instaurare una conflittualità direttamente con il proprio pubblico fu ed il primo a fumare di fronte alla telecamera, insieme a Marco Pannella, uno dei massimi meccanismi trasgressivo. Maurizio Costanzo provvedeva, invece, a immettere due personaggi bizzarri in mezzo a dei volti noti e delle personalità di spicco per cercare di trovare il risvolto tragicomico che scaturiscono in meccanismi di competizione.

Analisi quantitativa di modello anglosassone, di origine matematica ed ingegneristica e misura la quantità di tempo (o spazio) dedicato ad ogni personaggio, qualitativa va invece ad analizzare un testo ed il suo significato.

La comunicazione va a svilupparsi attraverso numerosi passaggi, numerose tecniche e competenze diverse, attentamente finalizzate. Questi meccanismi di circuizione persuasiva sono riscontrabili nella pubblicità, comunicazione politica ed anche nella produzione giornalistica.

09/01

Il mestiere del giornalista in particolare in Italia, nasce a metà dell'ottocento. Il primo tentativo di costituire un ordine fu nel 1926, sebbene si fosse tentato di normare il mestiere già nell'800, senza affrontare però la questione di un ordine vero e proprio, ed era una sorta di certificazione. Il certificato era una sorta di "certificato di buona condotta", ma con l'avvento del fascismo, sotto le mani del min.cul.pop con a capo Galeazzi, avviene la fascistizzazione: ovvero la scelta dei temi e dei giornalisti da parte del ministero stesso.

Il controllo era diviso in due fasi: la prima come repressione diretta nelle redazioni e poi con il tentativo di controllo della scrittura dei giornalisti. Il culmine del fenomeno fu l'omicidio Matteotti, da cui si inizia ad utilizzare la velina, ovvero un testo scritto dal pugno del min.cul.pop e solamente riproposto dalle redazioni e dai giornalisti. La velina fu di due tipi, inizialmente: velina bianca e nera, la prima del partito di opposizione e non censurata, la seconda del partito. Da queste edue veline nasce quella rossa, la velina personalizzata del PCI.

Con l'arrivo delle milizie americane e la defascistizzazione i giornali che si schierarono troppo in favore del fascismo vengono redarguiti, e gli italiani si trovano ad essere antifascisti. Fatto ciò, i padri costituenti si trovarono a maneggiare la spinosa questione della libertà di opinione, scontrandosi tra loro (comunisti, cattolici e terzisti): era il 1946. La questione si risolse il 15 aprile alle ore 10:15 ed entrò in vigore dal 48.

Art. 21:

«Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione.

La stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure.

Si può procedere a sequestro soltanto per atto motivato dell'autorità giudiziaria nel caso di delitti, per i quali la legge sulla stampa espressamente lo autorizzi, o nel caso di violazione delle norme che la legge stessa prescriva per l'indicazione dei responsabili.

In tali casi, quando vi sia assoluta urgenza e non sia possibile il tempestivo intervento dell'Autorità giudiziaria, il sequestro della stampa periodica può essere eseguito da ufficiali di polizia giudiziaria, che devono immediatamente, e

non mai oltre ventiquattro ore, sporgere denuncia all'Autorità giudiziaria. Se questa non lo convalida nelle ventiquattro ore successive, il sequestro s'intende revocato e privo di ogni effetto.

La legge può stabilire, con norme di carattere generale, che siano resi noti i mezzi di finanziamento della stampa periodica.

Sono vietate le pubblicazioni a stampa, gli spettacoli e tutte le altre manifestazioni contrarie al buon costume. La legge stabilisce provvedimenti adeguati a prevenire e a reprimere le violazioni.»

Questa parte della costituzione è stata frutto di una straordinaria opera di mediazione, ma la "regola del buoncostume" voluta dai democristiani è destinata ad essere rivista. Nel 1965 si va a ricostituire l'ordine nazionale dei giornalisti, con il compito di riconoscere chi è o non è giornalista. I giornalisti vengono classificati in pubblicisti e professionisti, i primi di livello inferiore ed i secondi di livello superiore. Il pubblicista è quel giornalista che, scritti 30/40 articoli, dichiarati dal direttore del proprio giornale e con annesse le ricevute dei pagamenti degli stessi, ma che si iscrive all'albo non avendo come principale occupazione di giornalista. Il giornalista professionista è colui che fa il giornalista come lavoro a tempo pieno, prima ci si iscriveva dando servizio come "praticante" per 18 mesi per poi dare un esame per poter convalidare la sua iscrizione. Ad oggi, si diventa giornalisti professionisti.

Il direttore è eletto dall'editore, per poi passare al vaglio del consiglio di redazione, che se non è d'accordo porta l'editore a dover scegliere un nome diverso. Il ruolo del direttore consiste nel mantenere la coesione del gruppo, nella scelta della linea del giornale.

13/01

A partire dagli anni '70 ('900) i media occidentali hanno conosciuto un'evoluzione tecnologica ed anche legislativa, divenendo poi negli anni '80 una rivoluzione tumultuosa ed irreversibile. (Peppino Ortoleva, Mediastoria).

Cambia quindi la funzione e le qualità dei media nell'ambito dell'opinione pubblica, spostandosi dalla volontà di veicolare le idee delle masse, da allora i media diventano onnivori, in grado di assorbire la totalità delle sfere che formano la società e l'organizzazione della stessa.

Dai tardi anni '60 ormai "non sfugge allo spettacolo nella società di massa concentrata" diceva Freccero, ritenendo prima di ciò i media incapaci di influire sulle periferie sociali, da allora in grado di influire su ogni suo componente.

Si dice per opinione pubblica "il parere dei più" (Tullio de Mauro) od un "concetto-mondo" (Alberto Abruzzese), ovvero quei concetti che non sono ridicibili ad un chiaro livello di complessità (senza banalizzarli), nata dal connubio della mass-medializzazione ed il capitalismo, risultante nell'industria culturale.

Habermas data la nascita dell'opinione pubblica dal tardo '400 e primo '500, in concomitanza con un paio di fenomeni di massa, alla base della nuova società di massa, accaduti nel periodo: la stampa a caratteri mobili ed il libero commercio. Il commercio dei beni crea nuove classi sociali, un'opinione pubblica critica e consente di esportare, insieme alle proprie merci, anche la propria cultura.

I giornali dell'epoca partecipavano alla formazione dell'opinione pubblica, ma non erano sufficienti da soli fino al periodo detto sopra.

Habermas sostiene che la prima base della società odierna è la circolazione delle merci e del sapere derivante dall'opinione pubblica critica allora sviluppatasi.

In tutta la prima fase dell'opinione pubblica (precedente al punto di svolta del commercio e della nascita della borghesia) la godibilità del sapere è limitata all'ambiente elitario della società (Mozart, Bach, Beethoven).

La seconda fase arriva con la borghesia che inizia a diventare critica, iniziando anch'essa a poter godere delle bellezze del sapere: la musica viene quindi suonata in grandi teatri, non più solo nelle corti delle nobiltà. In tale periodo anche il giornalismo inizia ad allargare la propria disponibilità a maggiori fette di popolo.

Questo fenomeno della fase costitutiva dell'opinione pubblica va a finire negli anni '50 del 1900, con l'arrivo della televisione. La fine del fenomeno è legato a doppio filo della nascita della società di massa e dal PC in poi, dalla crescente influenza ed evoluzione dei mass-media: perché l'individuo deve ribellarsi alla massificazione della società

(Sartre Jean-Paul) ed, analizzando il fenomeno strutturalmente, si vede che l'opinione pubblica non è più critica in quanto dipendente ormai dalla televisione e dai suoi messaggi verticali, divenendo una parte "robotica" della società e passiva di fronte ad i suoi processi (Adorno).

Critica, per Jurgen Habermas, è la capacità dell'opinione pubblica di creare innovazione. Gli effetti dell'opinione pubblica e la progressiva perdita della sua criticità (semicritica) ha effetti sulla sua capacità politica e sociale. I due principali fattori che portano a questo risultato sono la televisione ed il Welfare, ovvero la gestione dello stato nei confronti del cittadino, che non deve più provvedere a molti dei suoi bisogni primari. Il Welfare porta quindi il cittadino ad appiattirsi e a diventare passiva di fronte allo stato che provvede al suo benessere.

La sorpresa per Habermas arriva con i figli dei fiori e gli USA degli anni '70, "se la società ha perso la sua capacità critica, perché questi ragazzi si ribellano alle leggi ed alle decisioni del loro stato?".

Il '68, il femminismo e l'ambientalismo sono le alcune delle principali rivoluzioni della nostra storia recente. Se il femminismo nasce dalla consapevolezza delle donne e degli uomini delle differenze che li dividono, lottando per la supremazia e per il controllo sociale da secoli, l'ambientalismo nasce dalla teoria dell'entropia: bisogna essere ambientalisti perché la credenza del mondo che le risorse del pianeta sono inesauribili è stata scientificamente smentita, e quando queste verranno ad esaurirsi saremmo condannati.

Jurgen Habermas ha da questa esperienza una ristrutturazione del suo pensiero, creando due tipi di opinione pubblica:

- Verticale: dipendono dalle comunicazioni dei mass-media;
- Orizzontale: indipendente dalle strutture proposte dai mass-media e madre di movimenti di rivolta e critica;

14/01-----

Opinione (ciò che si pensa di qualcuno o qualcosa) + Pubblica (del pubblico, della collettività) = Tullio de Mauro;
Dunque la maggioranza dei cittadini che pensano/esprimono qualcosa.

Opinione pubblica nell'industria culturale:

Massa: raggruppamento sociale connotato da un punto di vista sociale, etico e culturale, dai comportamenti sociali coincidenti nella maggioranza della popolazione, sottoposta e passiva alle istituzioni che detengono il potere (politico, culturale, economico, etc...) di un paese.

Società di massa: non necessariamente capitalistica, in cui la maggior parte della popolazione partecipa alla produzione e distribuzione di prodotti culturali, ed in veste di consumatore partecipa ad eventi che riguardano la produzione culturale.

Cultura di massa: cultura standardizzata prodotta e diffusa dal sistema dei mass media.

Gallino: cultura di qualità mediocre, contraddistinta da superficialità ripetizione ed abuso dei gusti del pubblico, il suo monopolio è detenuto dai mass media

Abruzzese: per coglierne il senso si deve comprenderne la genesi della stessa: il consumo progressivo di cultura, con l'inclusione delle classi subalterne, avvenuto in tre fasi (Peppino Ortoleva):

- La prima dal 1880 al 1925, avviene con lo sviluppo di nuovi mezzi di trasmissione culturale che saranno centrali in tutto il secolo successivo (Luce, cinema e riproduzione del suono: il grammofono), nasce così il pubblico, non più collegato agli eventi dal vivo e che può da adesso accedere al privilegio della cultura a prescindere dalla sua posizione sociale.
- La seconda fase va dal 1925 al 1975, con il consolidamento della presenza dello stato, lo sviluppo del mezzo televisivo e la costituzione di case occupanti di radio, televisione, scrittura ed altre forme di veicolazione culturale, che riusciranno in breve tempo a capeggiare i mercati di competenza dell'industria culturale. In questa fase si ha una spettacolarizzazione della cultura utilizzata come mezzo di unione ed alfabetizzazione del paese, soprattutto in Italia. Il quadro appena descritto conferma ciò che è stato detto da Habermas, la RAI è un ente statale e diviene dunque il più potente mezzo a disposizione dello stato. Nascono canali lottizzati:

RAI 1, di natura demo-cristiana (partito maggioritario), RAI 2 di natura socialista e RAI 3, di matrice comunista.

- L'ultimo periodo che va dal 1975 all'età moderna è caratterizzato da imprese multimediali e da un importante sviluppo tecnologico, con un'unione tra l'industria della cultura ed altre come quella delle telecomunicazioni: nasce l'industria culturale moderna. Lo sviluppo tecnologico fa saltare tutti i processi una volta costitutivi della produzione culturale e riforma la sua distribuzione. In contemporanea, nella radiotelevisione arriva il privato: Rusconi, Mondadori ed altri editori decidono di troncane la supremazia e l'esclusiva dello stato nella televisione. Investendo nella televisione vengono fondati molti nuovi canali, che verranno poi acquistati poi dalla fininvest di Berlusconi. Con l'arrivo dei privati e della fininvest, nonostante la TV avesse tentato di innovarsi tramite la lottizzazione, mettendo in mano la produzione dei propri canali in mano agli intellettuali dell'epoca in base alle loro competenze, la TV privata ne cambia il modello ed il gusto del pubblico. Per la prima volta i modelli culturali alla base delle produzioni televisive non sono esclusivamente legati all'Italia (telenovelas latino-americane, giochi televisivi in stile statunitense). La nuova TV commerciale dei privati fonda il POP massificato per competere con la televisione statale: legando il popolo alla propria cultura tramite un effetto di spaesamento: le radici varie e non pienamente comprese della cultura che veniva masticata dal pubblico, faceva valorizzare a quest'ultimo la propria cultura: SIAMO ITALIANI. Il cambiamento fondamentale portato dal periodo è quello del cambio di ruolo del pubblico. Cambia la gestione del tempo di vita, una volta legata alla produzione ed allo status sociale dell'individuo. Le classi subalterne iniziano da qui ad affrancarsi rispetto al sistema lavorativo e produttivo in modo graduale, per conquistare il diritto di attività dopo-lavoristiche ed affettive, una volta concesse solo alle classi sociali più elevate. I tempi si dilatano nel dopoguerra, quando la gente ha più tempo libero, fino ad invertire gli schemi del tempo. L'industria culturale capisce che il tempo libero conquistato va occupato e presidiato, creando una moltitudine di mezzi al fine di occupare il sempre più rilevante tempo libero, dando nascita alla più grande industria mondiale della cultura.
- L'industria culturale vede la società di massa odierna come unica questione ancora aperta. Il parlamento Europeo definisce come industria culturale come l'insieme completo delle attività possibili durante il tempo libero disponibile.

Ma l'informazione ed il giornalismo, quale ruolo hanno in tutto questo?

Informazione e giornalisti non sono certo illesi dal processo, anzi sono forse i più grandi massificatori, con un processo di stereotipizzazione e banalizzazione dei ragionamenti e del pensiero, dando campo libero ai modelli che i mass-media ogni giorno ci danno in pasto. Ricevere un flusso informativo per un giornalista dovrebbe risultare in un'analisi personale degli stessi, ovvero ricevere, analizzare, capire e contestualizzare per poi raccontarli con un bello stile. La grande minaccia che alcuni giornalisti hanno fatto alla condizione del loro lavoro è quella di ricevere e riproporre in modo automatico flussi informativi: eliminando completamente la fase critica che deve precedere quella della stesura dell'articolo.

Questo fenomeno viene letto da alcuni come la democratizzazione ed altri come la banalizzazione della cultura.

15/01-----

Daniele Magrini: "Informazione e giornalisti nella gabbia degli algoritmi"; Disintermediazione giornalistica, social media, egocrazia, processi di automazione ed effetti sull'opinione pubblica.

Magrini è giornalista, ma ha analizzato il suo mestiere presentando una grande mole di informazione teorica. Questo studio è stato messo a punto in occasione della sua recente laurea presentata all'Università di Siena. Il giornalista ha perso appeal e credibilità nel periodo moderno, Magrini ci racconta perché...

L'informazione è immersa in una crisi di sistema, economica e strutturale, innovazioni tecnologica e dei social accelerano tale processo, grazie al processo dell'egocrazia (contatto diretto del politico con il pubblico, tagliando fuori la mediazione una volta spettante al giornalista), che permette di creare delle post-verità (verità su misura, verità perché io voglio che questa sia): questa possibilità è difesa dall'algoritmo.

L'algoritmo è un'euristica che si nutre di istruzioni per definire il risultato, per poi attivare un processo di machine learning, svincolato da qualsiasi intervento umano.

Un algoritmo riflette ciò che il creatore voleva? Sono in grado di prendere decisioni eticamente giuste in autonomia?

Gli algoritmi sono in grado di costituire delle vere e proprie gabbie, isolando e fomentando degli effetti negativi, potenzialmente pericolosi. Questa affermazione si basa su uno studio del prof. Sore Gori, in "guida per umani all'intelligenza artificiale"

Gli automatismi servono a migliorare i profitti occultando le loro modalità di guadagno, creati dai grandi magnati del Web (Zuckerberg etc...). I social, nati per instaurare contatti, informarsi ed acculturarsi nonostante la distanza, sono la nascita anche degli automatismi per capire chi siamo e cosa vogliamo, e per il lucro delle web companies in un secondo momento rispetto alla rivoluzione del web.

Il 45% dei lavoratori saranno automatizzati entro 20 anni, non solo in ambito giornalistico. La tecnologia non è neutrale: include alcune esperienze umane precludendone altre

Individui e aziende costruiscono nuovi scenari cambiando e creandone di futuri

Shoshana Zuboff: "Il capitalismo della sorveglianza"

Bernard Stikler rivela che la costruzione del potere nei nostri tempi viene oggi demandata agli algoritmi in modo totalmente antidemocratico, togliendo il concetto fondamentale di libero arbitrio.

In una redazione gli algoritmi arrivano tramite la disintermediazione della rete. Il processo consiste nel rimpiazzare il giornalismo con la rete: "essendo che i giornalisti umani sono legati alla casta, agli intralazzi e ad altre pratiche non così etiche; gli algoritmi sono invece slegati da questa ottica, possono diffondere la libera informazione tramite il web" (togliendo il processo di mediazione giornalistica). Basti pensare che nel 2014, venne già ultimato il primo algoritmo in grado di confezionare articoli in modo autonomo, senza giornalista. L'automatismo è in grado di trovare notizie e produrle in modo aderente alle sue strutture produttive (ne è un esempio il software utilizzato al Washington Post, in grado di produrre centinaia di migliaia di pezzi al minuto).

Nel 2018, in Cina, è arrivato anche il primo TG generato e condotto da un robot: Zhang Zhao, programmato e condotto sulla base della convenienza del REGIME. Baby Q e Little Bing, nello stesso regime, sono diventati dissidenti e sono stati soppressi. Michele Mezza definisce "algoritmo come sinonimo di controllo sociale".

L'agenda setting è ad ora determinata dagli algoritmi, in quanto le notizie vengono ad ora ricercate nei social, con una scaletta non più giornalistica ma definita ai social. "Affidiamo parti intime della nostra identità ad algoritmi che agiscono senza trasparenza" diceva lo scomparso garante europeo della privacy Buttarelli, mentre Ziccardi sosteneva che: "L'intelligenza artificiale può creare realtà alternativa ed disinformazione".

Calvin nel 1984 Calvin già fece delle premonizioni definendo una futura "peste del linguaggio". Lo slogan Apple per il lancio del Macintosh venne ispirato al romanzo 1984, che non sarebbe stato grazie ad esso "come il 1984". Il senso dello spot voleva garantire che la nascita del fenomeno del PC e quindi del web avrebbe difeso la buona informazione. Bezos, pubblica invece nel 2019 uno spot per il Washington Post "Democracy dies in darkness" riferisce all'oscurità della disinformazione ed è dedicato a tutti quei cronisti eroi che sono morti nel tentativo di esportare informazione di qualità da territori pericolosi.

Berners Lee dice che la centralità della sua creatura ad oggi ha creato una società anti-umana ed ha tradito le sue intenzioni, mentre Castells elogia il ruolo ad oggi occupato dal web, definendo i social come "contropotere".

In media il tempo trascorso sui social varia da paese a paese, ma evidenzia la presenza sostanziosa nelle vite delle persone, a tratti esagerata.

La rete mette all'angolo i giornalisti, permettendo una diffusione gratuita dell'informazione, come Bill Gates sostenne nel 2000. Gli unici a salvarsi sono quelli di lingua anglosassone: in quanto lingua internazionale e quindi con un numero maggiore di abbonamenti. Il guadagno maggiore spetta comunque alle 6 grandi web companies: Bezos scherza: "il giornalismo cartaceo terrà botta, certamente, sarà esotico. Non si tiene un cavallo per il trasporto, ma perché è bellissimo"

Negli ultimi anni in Italia il giornalismo perde terreno importante, circa il 40%, soppiantato dai colossi tecnologici, governati dai processi automatizzati che selezionano e diffondono notizie sui social.

Facebook e Google incassano 3 mld di euro di pubblicità usufruendo di contenuti non creati direttamente da loro.

La disintermediazione favorisce la post-verità, "non riflettendo più la verità, ma creandola". Ad oggi, Facebook è la più grande fonte di informazione a livello mondiale, proliferano le Fake news. Questo perché preferiamo leggere ciò che vogliamo piuttosto a ciò che è reale, tale principio è il confirmation Bias, l'assassino della verità fattuale.

- Fake news: diffuse per cascate sociali e polarizzazione sociale dei social
- Deep fake: video falsi, ma fortemente aderenti all'apparenza del reale
- Camere dell'eco create dai social, diffuse tramite un giro di repost e condivisione di video e contenuti inattendibili.

Le leggi vincolanti il mondo delle fake news sono globalmente insufficienti.

"Siano i giornalisti i protagonisti del processo di debugging e fact checking" Ferruccio De Bortoli, direttore del Corriere della Sera.

Utilizzando il programma Ocean, vennero raccolti dati personali di un enorme numero di cittadini americani tramite i big data su richiesta di Donald Trump. Questo permise all'attuale presidente degli USA di vincere le elezioni del proprio paese trattando in modo preciso e scrupoloso temi cari alla maggioranza della popolazione. Per questo, Facebook venne multata di diversi milioni di euro di danni alla privacy dell'utente finale.

16/01

Marco Congiu, Giornalista radio-televisivo e partecipante al libro di Boldrini, "Dalla carta alla rete: andata e ritorno" con un saggio sul giornalismo economico.

Il giornalismo economico è un porto sicuro nell'ambito del giornalismo, è uno dei settori ad oggi meno considerati.

Il giornalista economico raccontano le cose che vedono, la LORO verità. I punti di vista possono stravolgere un fatto: se io avessi una fotocamera o videocamera viene considerata estremamente oggettiva, ma in realtà, cambiando il punto ed il metodo della ripresa, si cambia il suo significato. Primo piano: Ragazza; senza zoom: Aula (Menduni). L'OGGETTIVITÀ non esiste, il sistema mediatico deve essere plurale per garantirla, ma il giornalista, da solo, non può.

Il giornalista economico non richiede conoscenze matematiche, ma solo doti giornalistiche.

Un giornalista deve fare domande, sempre e senza paura, conoscere il proprio pubblico, adattando ad esso il proprio codice linguistico. Come le varie categorie del giornalismo, anche il giornalismo economico ha delle terminologie specifiche, soprattutto il giornalismo economico, che è quello con la più alta percentuale di termini specifici.

"Tutto è fatto di economia", disse il primo direttore di Congiu. L'economia non è fatta di curve e matematica, ma scambi di beni, di servizi e di relazioni umane: l'economia è una scienza sociale. Come ogni scambio fra due esseri umani, il risultato non è definibile a priori. L'economia serve, a posteriori, alla costruzione di formule che tentino di regolare le dinamiche dello scambio, divenendo una scienza descrittiva atta alla determinazione dei processi che possano portare ad una definizione fondamentale della categoria relazionale esaminata.

La qualità della narrazione economica dipende molto dal lessico specifico e dalla conoscenza della materia economica e dalla audience che la segue.

La crisi del 2008 ha apportato una maggiore consapevolezza del popolo italiano verso l'economia, il suo gergo ed i suoi fondamentali, portandoli anche però a selezionare delle soluzioni di pancia. Il populismo è la negazione di questo: consiste nell'enunciazione di risposte semplicistiche in vista di problemi complessi. Il giornalismo degli ultimi anni non ha mai negato o posto limiti alle affermazioni dei politici, rimuovendo il processo di Fact Checking e riportando i dialoghi così come vengono appresi dal giornalista, riparandosi dietro al: "parole sue". Altre responsabilità invece sono da attribuirsi all'audience che talvolta, nonostante il giornalismo avesse messo in rilievo qualche problematica con un discorso di un dato politico, è stato quest'ultimo a non cogliere attribuendogli ugualmente consenso.

Il giornalista economico è spesso legato alle proprie fonti, dovendo mantenere una certa, giusta distanza dagli oggetti delle proprie narrazioni per poterli raccontare in maniera più oggettiva. Essendo spesso a rischio di accuse di reati come Insider Trading e altri.

20/01-----

Chiara Ugolini, giornalista per repubblica che si occupa di temi di cultura. Il seminario odierno tratterà del giornalismo cinematografico.

I social hanno cambiato il giornalismo online. La scrittura è importante specie quando ci si trova a scrivere a grandi velocità, il giornalismo necessita di un livello qualitativo medio-alto, refusi a parte.

L'approccio al mondo del cinema è cambiato nel tempo, ad esempio, prima vi erano 2 figure: critico e cronista, mentre adesso vi si è aggiunto un terzo: l'influencer. Il critico ed il cronista, entrambi giornalisti, sono ruoli divisi da differenze che vanno ad oggi dissolvendosi.

L'influencer è diviso dal giornalista per i pagamenti percepiti: un influencer può, infatti, essere pagato dalla casa cinematografica per pubblicizzare il proprio prodotto, cosa che il giornalista non può fare. Il 28 dicembre 1885, esce il primo cinematografo e, a distanza di due giorni, nasce anche il primo articolo sul cinema, sul giornale francese "La poste". Nel primo articolo vi è già una recensione, non mirata alla pellicola in sé, quanto a questo nuovo mezzo.

1885: primo articolo su film

1912: introduzione rubrica cinematografica sui quotidiani

Anni '30: cinema in terza pagina

6 feb 1960: con la dolce vita di Fellini il cinema trova spazio in prima pagina con recensione e cronaca.

Il neorealismo è svolta sia nel mondo del cinema che nel mondo del giornalismo: letterati e scrittori, che trattavano di cinema per farne letteratura, adesso lasciano posto a critici cinematografici puri. Insieme al neorealismo, la seconda svolta è la televisione, su due piani. La Tv prende, in primis, spazio sui quotidiani già dagli anni '60 andando ad occupare pian piano quello che prima veniva riservato al cinema, ed in secondo luogo creò un effetto di camaleontismo, ovvero la necessità dei giornali di emulare il modo televisivo di fare informazione: la spettacolarizzazione della notizia. Conseguenza di questo ultimo effetto è un giornalismo ibrido fra critica e cronaca: i pezzi colorati. La caratteristica di questi pezzi è quella di contenere un minimo di trama e di commento, conditi da una spettacolarizzazione della notizia, politicizzazione della cultura ed altre metodologie.

Il quotidiano deve aggiungere dei contenuti rispetto alla prima versione online dell'articolo in quanto esce a distanza di 24 ore e, a differenza del primo, è a pagamento. Spesso sono i social a venire incontro ai giornalisti del settore, con cui le star annunciano i loro successi, spesso offrendo insieme alla presentazione anche un commento. L'universo social è insidioso per ciò che riguarda l'attendibilità delle fonti: senza approfondimento, infatti, è possibile incappare in profili fake, come accadde per molte testate con il caso del "finto" Luca Guadagnino.

Prima dell'approfondimento appare spesso un articolo "beta", preconfezionato o preparato per artisti noti, in condizioni di salute precarie od ultra-novantenni, prendendo il nome di coccodrillo. L'articolo viene aggiornato a seguito degli approfondimenti. Il coccodrillo serve a scrivere in modo più cosciente e freddo su argomenti che potrebbero sfuggire di mano se trattati al momento del reale avvenimento dei fatti.

Il giornalista deve rendersi conto del mondo che lo circonda, aggiornare il proprio scopo alle modalità moderne. Il giornalista, che ha lo scopo di fare cultura e di far conoscere, DEVE imparare a far leva su clicks ed hashtags, ad utilizzare al meglio il web ed i social: Ugolini lo chiama "compromesso".

Con l'avvento di mezzi di visione più facili (come DVD, piattaforme di streaming etc...) andare al cinema diviene sempre di più una scelta consapevole, talvolta che delle difficoltà, serve sempre più un giornalismo di servizio (al pubblico): un giornalismo cinematografico che serve al pubblico per capire se il film scelto vale la visione al cinema e tutti i grattacapi che questa può portare, oppure no. L'opinione non è personale, ma deve essere quanto più oggettiva e condivisibile possibile. Per descrivere il film i punti sono:

- Utilizzare il genere per comunicare le caratteristiche generali del film;
- Narrare la trama (senza spoiler), ed inquadrare l'universo narrativo in cui è ambientato;
- Citare il cast e la regia, collegandole ad altri celebri opere di cui sono stati protagonisti;
- Enunciare i principali protagonisti, per non lasciare uno spettatore confuso durante la visione.

L'articolo a crea una griglia che definisca la pellicola: per evidenziare contenuti di un certo tipo per evitando che qualche spettatore possa rimanere turbato o shockato dalla pellicola e dalle sue scene e trattazioni.

Gli articoli servono a far sì che i lettori possano decidere di andare al cinema in modo sicuro, essendosi prima già accertati che la visione sia effettivamente ciò che stavano cercando.

Ugolini ipotizzò intorno al 2001 la figura del cybercritico, quel recensore che utilizzava tutti i livelli della comunicazione per parlare del cinema su tutti i piani. L'utilizzo di musica, immagine e testo per la critica di un film non si è concretizzata, ma sono stati creati servizi brevi, più che a scopo di critica, spesso hanno lo scopo di cronaca o di esposizione di curiosità: specializzati per la visione da cellulare con un minimo sforzo.

21/01

Alessandro Lovari, ad oggi docente all'università di Cagliari in materia di comunicazione pubblica, marketing della comunicazione e comunicazione di impresa, la prima che insegnava inizialmente a Siena come corso caratterizzante, ha scritto vari libri ed ha dedicato gran parte della sua vita alla comunicazione delle amministrazioni nell'epoca dei social e della tecnologia. Fa parte di numerosi organismi nazionali ed internazionali.

Uffici stampa, ad oggi a grande richiesta. Con i social, tutti hanno modo di dire qualcosa, in quanto con questi mezzi costituire un ufficio stampa è veloce e di facile portata, nonché di effettiva visibilità dell'organismo.

Il giornalista ibrido, è un giornalista che lavora all'interno dell'amministrazione: ne è esempio il capo-ufficio stampa.

Nel 1990 si ha le leggi di trasparenza in Italia, la 241 e 242. Le leggi si creano a seguito dello scandalo Tangentopoli, che prima venivano a concretizzarsi con le bacheche, e ad oggi sui social. Il sistema amministrativo cambia.

Il cittadino passivo va ad evolversi verso una sua forma attiva. Il cittadino sa di poter esprimere le sue convinzioni, non più in piazza, in condizioni di semi-invisibilità fatta eccezione dei casi in cui si veniva fatti oggetto di servizi di televisioni locali, ma con una visibilità garantita dai social.

Il sistema mediale va cambiando Chamblik lo definisce ibrido (in ogni sua caratteristica) ed interconnesso (Dal sistema digitale all'analogico). Se oggi tutti comunicano, e la comunicazione è ovunque, la comunicazione pubblica stenta ad esistere. Alla comunicazione viene data nelle PA la stessa priorità delle altre sue funzioni, diventando imprescindibile ed affidata a professionisti.

Prima dell'avvento della legge sul digitale, la visibilità della PA si limitava alla visibilità tramite TV o stampa locale, tenendo un atteggiamento passivo ed una comunicazione intermittente. Conoscere direttamente la PA.

La visione delle PA era dunque legata alla dimensione dei media e dei giornalisti, od alle conversazioni nelle reti sociali. Al tempo stesso, però, la PA teme il giornalismo come lo adora. Il framing serve a dare contro a politici o comuni, o creando inferenze di un certo tipo al cittadino. La spettacolarizzazione della notizia ed i criteri di notiziabilità del giornalismo portano quindi alla luce del sole sia i suoi aspetti positivi, che, molto più facilmente, negativi.

Con i social il giornalismo arriva ad una disruption, un'esplosione. Tutto può essere notizia, perché ciascun individuo con un telefono alla mano, diventa un media. Alcuni disservizi delle PA passano oggi raramente inosservate e quindi, se non tutti sono giornalisti, tutti possono generare notizie.

Le PA sono ancora vittime di stereotipi ed etichette di natura negativa.

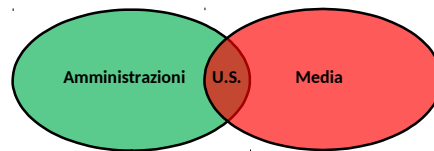
- La burocrazia nasce con un intento positivo: quello di ottimizzare i processi e le relazioni fra organi delle PA, ma giudicata negativamente perché il popolo vede le amministrazioni in modo metaforico e meccanicistico.
- La filmografia, tramite la teoria della coltivazione, aiuta a sedimentare questi stereotipi (Zootropolis, Bradipo Flash come amministrazione, la prefettura romana in nelle dodici fatiche di Asterix ed Obelix)

Un buon comunicatore, oggi, deve sapere cosa valorizzare e quindi andare a fare ricerca dell'immagine della PA per l'opinione pubblica, costruendoci sopra una timeline allo scopo di contrastare la cattiva fama che la gente ne ha.

I mass media sono ad oggi delle vere e proprie organizzazioni, costruendo PA e società sotto un certo punto di vista:

Parlando di comunicazione, la comunicazione eteroprodotta è quella con cui i media parlano della PA, la comunicazione autoprodotta, invece, la PA organizza iniziative nelle quali è l'ente/organizzazione ad organizzare lo spazio ed i contenuti delle stesse.

L'area di mediazione, che si frappone tra amministrazioni e media, è l'ufficio stampa (pre social)



La situazione si fa complessa con l'avvento dei social, sdoppiando il lavoro tra la sfera dei media ed al contempo con quella dei cittadini e delle organizzazioni.



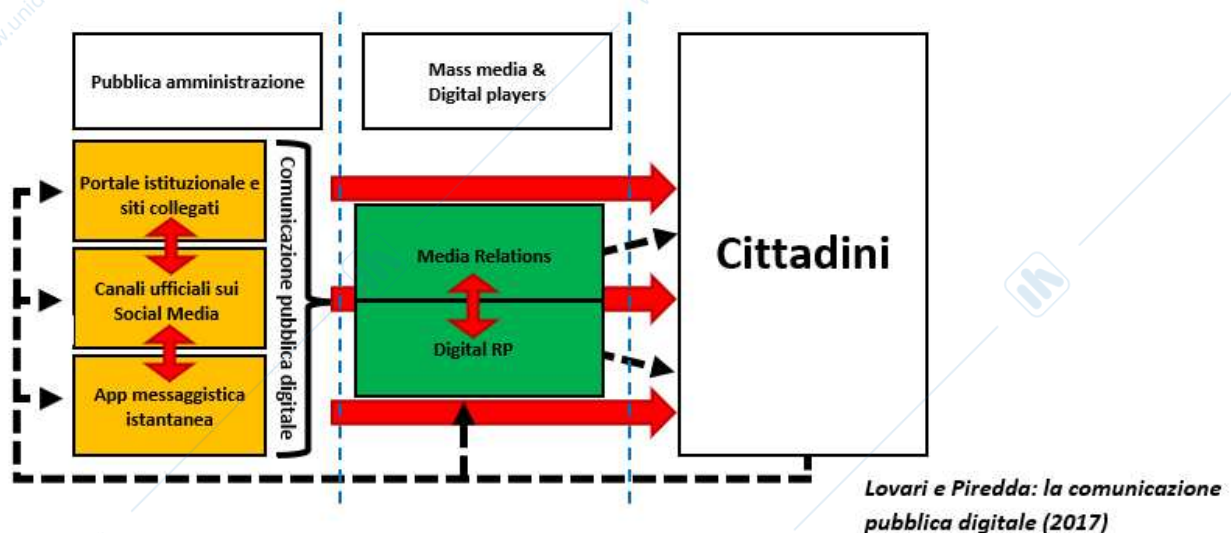
Con l'avvento dei social si favorisce una comunicazione "mixed", naturalmente entro i suoi limiti etici. Le strutture dedite alla comunicazione delle PA sono: **portavoce**, **ufficio stampa** e **URP**. La comunicazione politica ed istituzionale vanno ultimamente unendosi e contaminandosi, ma vanno ben distinte.

- **Il portavoce** ha lo scopo di portare la voce dell'organizzazione/ente, di natura soprattutto politica. Generalmente un portavoce è giornalista, ma questo non è necessario e lo si diventa tramite contratto privato;
- **L'ufficio stampa** è composto esclusivamente da giornalisti iscritti all'albo ed ha lo scopo di curare le relazioni e promuovere l'amministrazione all'interno dei social media;
- **L'URP (ufficio relazioni con il pubblico)** ha come requisito quello della laurea in scienze della comunicazione, ed ha come scopo quello di valutare la qualità delle opere dell'amministrazione, ed ha l'obbligo di esercitare il diritto di informazione dei cittadini;

Il giorno martedì 20 gennaio 2020, si è riunito un tavolo per il cambiamento della legge 150, in vista della probabile caduta del governo. In questo tavolo si è discusso dell'aggiornamento delle amministrazioni e della comunicazione pubblica agli strumenti dei social, delle piattaforme di messaggistica e di tutte quelle possibilità che ci sono fornite dalla rivoluzione ormai già vecchia vent'anni.

La comunicazione pubblica 2.0 non è solo un upgrade tecnologico, i social sono uno strumento abilitante. I social permettono di mettere al centro il cittadino, reso attivo, ma non risolvono i problemi di comunicazione delle PA, che deve adeguarsi ad una comunicazione più adatta al cittadino, che viene messo nella posizione di poter iniziare delle conversazioni con le PA.

Se gli uffici stampa devono includere gli strumenti social nella relazione col sistema dei media, Ducci nel 2017 dice: "deve saper posizionare nelle sfere pubbliche plurali i propri contenuti, esprimendo il punto di vista dell'organizzazione, in modo da evitare facili distorsioni informative, [...] aprendosi a forme di ascolto per ottimizzare i propri messaggi".



Digital players: non giornalisti, ma leaders di opinione in altri ambiti (youtuber, influencer, star della TV, etc...).

Con l'avvento dei social la pubblica amministrazione crea delle aspettative nell'opinione pubblica, spesso però disattendendole.

Per ovviare al problema, le amministrazioni dovrebbero selezionare e diversificare i contenuti in base al singolo canale social che intendono utilizzare per veicolarli, in quanto ciascuno di questi ha caratteristiche ed utenze diverse e si presta in modo prevalente a certe forme del contenuto piuttosto che ad altre.

Quando il cittadino è attivo, ma non riesce a dialogare con la pubblica amministrazione, si vengono a creare le **naked conversations**: conversazioni che riguardano le PA, nelle quali le PA non sono però partecipanti. Tali conversazioni sono inutili al fine della risoluzione dei problemi tra opinione pubblica e pubblica amministrazione. Il fenomeno ha poi dato vita ai moderni memes, con Jenkins e la manipolazione mediale.

LEZIONI DI RIEPILOGO

22/01

Gozzini: 1 capitolo, stampa internazionale (anni < 800); 800 e 900 sono già presenti e condensate nel libro di Boldrini.

Intro: dare a tutti i capitoli un taglio di tipo storico: evolutivo tecnologico correlato con l'evoluzione dei gusti e della vita delle persone. I dati utilizzati risalgono a 2 anni fa. Il paese va trasformandosi, con i media a subire i maggiori contraccolpi. La crisi del sistema editoriale è accompagnata dalla crisi di carattere valoriale dell'intera categoria giornalistica.

1 capitolo: rapporto di media e giornalismo/i consumo mediatico italiano, su uno studio dell'evoluzione del sistema mediatico. Crisi del giornale cartaceo. Chiavi: Peppino Ortoleva perché lega la rivoluzione tecnologica con quella di società e contenuti. Perché la crisi del giornale cartaceo?

- Rivoluzione tecnologica;
- Declino del ceto medio (lettori principali);
- Calo di ritorno all'analfabetismo (Tullio de Mauro e figlio): crollo delle grandi istituzioni educative;
- Calo della lettura e della scrittura, crisi dell'università nella società occidentale;

Crisi del giornale cartaceo, crescita dei nuovi media e Peppino Ortoleva: quando nasce un nuovo medium, il medium nascente non uccide il precedente, ma lo ricolloca. Nuove forme della televisione, che la mantengono in auge. Il digitale sposta tutti gli accenti: è il media dei media: da McLuhan ad Ortoleva: "è un solo media che li raccoglie tutti".

Capitolo 2: Vita e morte del giornale quotidiano, spiegazione di cosa è un giornale: non un libro di filosofia, non un contenitore di tutte le notizie del mondo, non un dizionario enciclopedico: le formule sono fondamentali. "Cosa è un quotidiano?" "un contenitore di notizie selezionate nel tempo e nello spazio".

Giornale quotidiano: principale media ottocentesco: Ortoleva ed altri autori servono a collegare la storia del giornalismo. Conoscere le caratteristiche del giornale ottocentesco:

-

Nascono come giornali non autonomi, non c'è l'editoria pura (alternativa americana: penny press). Il giornale nel panorama italiano il giornale nasce a stretto legame con economia, politica e finanza, piuttosto che vedere il giornale come un prodotto economico di libero mercato. Ancora oggi evidente;

-

I giornali venivano fatti da pochi per pochi: quei giornali venivano stampate poche copie, fino alla seconda metà dell'800 e nel 900 alla rivoluzione italiana dell'alfabetizzazione, con apice del processo nel 1956 con la televisione;

-

I giornali nascono policentrici: (in Francia centrati a Parigi) in Italia i giornali nascono ovunque, torino stampa, milano corriere, Roma il messaggero. I giornali hanno una dimensione territoriale;

-

Se negli altri paesi si individuano da prima i target di riferimento, in Italia diventano giornali dalle cento teste: con contenuti misti indirizzati all'intera parte della piramide sociale (giornali popolari od elitari).

Invenzione ottocentesca con evoluzioni, come con la fascistizzazione. I giornalisti hanno ceduto al partito, dimostrandosi sottomessi, in caso contrario sono finiti in modo triste o sono stati costretti a fuggire: porre particolare attenzione alla descrizione della prima forma di albo dei giornalisti. Il giornalismo della carta stampata ha potuto compiere delle rivoluzioni: le grandi svolte. La stampa nel dopoguerra deve ripulirsi, cambi di nomi delle testate e di edizioni (dal 2.4 al 2.5), fino alle tre rivoluzioni della stampa italiana:

- '56, il giorno di Baldacci, risposta alla rivoluzione della TV ed al fermento nuovo della società. La terza pagina con D'annunzio, nasce agli inizi del '900 sul giornale di Bergamini, dedicata ad una grande attrice per cui spasimava. Cino del Duca e Baldacci creano la nuova forma del giorno, prendendo dei giornalisti ed inviandoli in giro per l'Italia, cambiando la loro abitudine di andare alle conferenze stampa ed il tipo di articoli che il giornale pubblicava: racconti genuini dell'Italia vera (Paolo Soldati, Viaggio in Italia). Elimina per la prima volta la terza pagina in favore dell'inserito sulla cultura ed importa le rubriche ed i cruciverba, nonché le strisce fumettistiche.
- La seconda rottura stilistica della stampa italiana arriva a fine anni '60 con il corriere di Ottone, con i giornali in situazione "pre-giorno", con la narrazione forte dei palazzi e dello sport. Il corriere di Ottone, scelto al posto di Spadolini, che doveva subentrare al posto di montanelli, fondatore di un altro giornale. La nascita deriva dalla spinta generazionale 68ina, il corriere cambiò insieme alla società italiana. Ottone fa dei cambi del tutto rilevanti: risolve una antica disputa (tra letteratura e giornalismo, come tra Croce e Gramsci) portando gli intellettuali a scrivere di fatti che influivano sulla vita degli italiani, prendendo Sciascia e Pasolini fa scrivere loro la prima pagina. La prima pagina, allora dedicata all'editoriale ed alle grandi firme del giornale, la affida agli intellettuali, consapevole che le nuove generazioni non apprezzavano più la prima pagina quasi invariata nel tempo, affidata sempre al solito giornalista. Pasolini aprì con un editoriale al tempo molto provocatorio sul movimento degli "uccelli".
- La repubblica nasce nel '76, con Eugenio Scalfari: svolta decisiva. Introduce tre cose fondamentali come la rinnovata levata della terza pagina, sostituendola con il paginone cultura e spettacolo, inserisce poi il nuovo formato tabloid ed infine viene concepita legata a doppio filo con il ceto medio giovane, che si svincolava dal giornale omnibus per creare un giornale di nicchia, inizialmente di natura colta (eliminato lo sport ed il giornale del lunedì), vivendo un periodo di crisi fino a che

Scalfari e Benedetti, con gli avvenimenti del 78 (sequestro di Aldo Moro), risollevarono il giornale anche grazie alla spaccatura che il paese vive in quel periodo. I brigatisti trattano con il governo, dividendolo in chi era disposto a trattare e chi no. Repubblica diventa in questo periodo bandiera dell'opzione di non trattativa, salvando con questa manovra il giornale e raggiungendo in tiratura il primo del paese, divenendo il grande giornale nazionale che oggi conosciamo (esperienza di Scalfari e del team di tipo terzista: gli azionisti).

- La quarta svolta (bonus) è quella del foglio di Ferrara (anni '80), nato a seguito di un rapporto di Umberto Eco, chiamato dal governo per studiare il perché i giornali non vendessero più. Il giornalismo stava allora scimmiettando gli altri media, riferì Eco, quindi nella fattispecie la televisione, rendendo inutile per chi guardasse allora la televisione inutile leggere anche il giornale. Eco consigliò quindi settimanalizzare i giornali, facendo l'esempio delle isole Figi: dove trovò un giornale di una pagina e mezzo, dicendo che là non si aveva la necessità di sapere cosa succedeva nel villaggio o nell'albergo accanto a loro, poi venivano espresse le notizie dal mondo in modo molto breve, dando spazio abbondante alle inchieste sull'ecologia e sulla flora e la fauna dell'isola. Eco indica quindi la strada del "dimagrimento": Ferrara crea il foglio come un giornalone, con la prima pagina dedicata al riassunto delle notizie del giorno prima ed il resto dedicandole ad articoli pieni di contenuti e di bibliche dimensioni.

Seconda parte del libro:

Non un giornalismo, ma più giornalismi (agostini): non solo per i diversi mezzi, ma anche per le loro funzioni. I giornali sono di struttura piramidale, di modelli a passaggio. I sistemi di produzione dell'informazione sono centrali nel definirne la qualità. I problemi di tempo e spazio sono presenti in ogni forma del giornalismo: il rapporto fra tempo di realizzazione e lo spazio a disposizione per scrivere.

Nel giornale i fondamentali sono:

- Testata: indica l'identità del giornale, il suo nome contiene la sua essenza;
- Proprietà: implica l'identità del giornale, come la testata;
- Prima pagina: il reparto marketing di un giornale, ciò che è mostrato per convincere.

Domani: Teorie del giornalismo e della comunicazione di massa in emissione, teorie sulla conquista del lettore, effetti dei media sull'opinione pubblica.

Non c'è tempo per un ripasso sulla scrittura: come si scrive in italiano, sottocodici, come si scrive in sottocodici, le principali figure retoriche del genere giornalistico, generi del giornalismo e domanda sulle forme di giornalismo (basata sulle parti più carenti delle esercitazioni).

23/01-----

Capitoli 1-2-3-4: sulla situazione del sistema editoriale sempre più connesso. Rapporto fra storia e giornalismo.

4: Sugli aspetti più tecnici del giornale

5: Questioni teoriche sul passaggio fra fatti e notizie, teoria del newsmaking e criteri di notiziabilità, limiti spatio-temporali. Fatti selezionati in base alle caratteristiche degli stessi (mercurio-roccia con cinabro). Ogni fatto ha dei criteri ed il giornalista serve a far transitare i fatti dall'inesistenza all'esistenza (parallelismo con dante). "Quali sono i valori notizia?" "Di 5 tipi: sostantivi e relativi al prodotto/mezzo/etc... Da pagina 71 a 78."

6: visione del mondo attraverso i media teoria della comunicazione di massa su newsmaking e sul ricevente. I media sono così rilevanti perché ci riferiamo continuamente a ciò che questi contengono. Indicazioni teoriche sui motivi di questo processo e le teorie delle agende. L'agenda è presupposta dalla natura limitata, di contenitori e da tempo e spazio dei giornali. Teoria dell'agenda setting (come tutte le definizioni, a memoria) Shaw elabora una teoria fondamentale per la trattazione dei media: dice che le persone tendono ad includere/escludere dalla propria conoscenza ciò che i media includono/escludono dalla loro trattazione. I giornali tendono a dire ma anche a non dire, certi fatti vengono ritenuti notiziabili, altri no. Ciò che non lo vengono ritenuti, non vengono fatti conoscere e restano sconosciuti alle masse che dunque non ne parlano. È decisivo prefissare l'agenda perché questa sollecita diversi approcci nella trattazione fra i cittadini. Teoria degli stereotipi (Lippman). Con la teoria dell'agenda setting (poi agenda

setting game) si allarga anche la stereotipia: i modelli sono ad oggi stereotipati per garantire a pubblici sempre più variegati la comprensione dei loro contenuti in ambito comunicativo. Ad oltre un secolo di distanza il modello degli stereotipi viene applicato ai moderni social ed al mondo della grande divulgazione. Perché funzionano gli stereotipi? E perché nonostante ciò le persone possono essere in disaccordo? Per lo pseudoambiente e la mappa cognitiva. Le conoscenze e l'ambiente interno all'individuo che di queste si compone, modifica l'apprendimento e l'interpretazione della comunicazione stereotipata in modo personalizzato. La spirale del silenzio. Teoria che parte dalla profondità del rapporto tra opinione pubblica e sistema dei media. "Perché le persone tacciono?" per la paura di isolarsi e la paura di affrontare in modo diretto la persona che la pensa diversamente da noi. Sennett: l'ipertrofia dell'io. Narcisismo e pienezza di sé portata dalla società dei social e del capitalismo.

7: capitolo su grafica, impaginazione e titolazione. Cosa sono un timone, un menabò, una scansione pagine e le varie formulette utilizzate dai giornalisti? Per Calabrese sono importanti perché "la grafica non è un orpello, ma comunicazione essa stessa.". Modelli di impaginazione: orizzontale, verticale e modulare. Titoli e loro tipologie.

8: Scrittura in genere e a scopo comunicativo, fase fondamentale della sua evoluzione e poi citazione di Galileo. Seconda fase del capitolo dedicata ai principali linguaggi settoriali ed azioni sistematiche di traduzione da parte dei giornalisti, regole di scrittura trasparente e chiara. Il giornalista decifra e riformula, usa un vocabolario per poter spaziare in un repertorio che sia il più ampio possibile. Lingua di plastica (lingua adattata al mezzo) lingua di metallo (lingua derivata dalla conoscenza dell'italiano). Giornalese come lingua di transizione che contiene tutte le terminologie utilizzate da tutti gli altri linguaggi funzionali. Nel giornalismo la lingua è polisemica. Conoscere le figure retoriche più utilizzate dal giornalista.

9: Capitolo più caro a Boldrini. Generi della scrittura giornalistica. Conoscere i riferimenti fondamentali: lettore modello e giornalista in rapporto con la scrittura. Nati su carta stampata, ma ad oggi transitanti alla cultura digitale. Il tema della scrittura giornalistica è fondamentale, asse portante del giornalismo. Generi principali: quali sono, come si distinguono e come si scrivono? Editoriale e commento; veline e generi in trasformazione e desueti; cronaca e i colori, come si fanno?; cosa è la terza pagina?; quali sono le sue formule?; come si scrive un corsivo e cos'è?; l'elzeviro; Come si è evoluto e come la vignetta è arrivata alla sostituzione dello stesso?; critica e recensione; graphic novel e quindi come si arriva alla moderna notizia culturale. Dalla notizia nascono diverse modalità di scrittura: servizio, inchiesta, reportage, intervista, conversazione.

10: il giornalismo di genere. parte storica di Bonanno, dalle origini agli anni 2000, evoluzione del ruolo e delle funzioni delle donne. Se ad oggi il giornalismo delle donne è percentualmente vicino al 50%, non cambia la percentuale nella direzione dei giornali (il 20% della precedentemente espressa percentuale indica le donne con ruoli superiori al capocronista). Come il giornalismo approccia l'universo femminile (da Elisa Giomi), femminicidi.

11: Capitolo dedicato a temi teorici: la conquista del lettore. Presupposti fondamentali: l'autore e lo schema dell'enunciazione, lo schema con cui il giornalista produce la scrittura. Tecniche usate nella retorica giornalistica e comunicativa (illocuzione, fabula, intreccio, flashback, etc...). Parte finale riferita ad una questione fondamentale. Come si fa a far passare il proprio messaggio oltre agli altri miliardi di messaggi dell'epoca moderna? Entra in gioco la conquista del lettore, concentrarsi sulle differenze tra seduzione e propaganda. Sapere le Funzioni della comunicazione e come e cosa tutto questo viene capito tramite le analisi (dal capitolo 11.3 in poi).

12: dare un occhio veloce, sostituirlo con le slides e la lezione di Lovari e di Ugolini.

24/01-----

Sergio Staino, sicuramente tra i maggiori esponenti del fumettismo satirico italiano con il suo Bobo, si è presentato a questo incontro all'università di scienze della comunicazione di Siena per presentare il suo libro: "Hello Jesus!". Il libro parla di un Gesù socialista ed è stato ideato e trattato da Staino, agnostico, con la prefazione di Morgan e scritto per l'avvenire: il giornale dell'organizzazione episcopale italiana.

Staino sostiene che anche il contesto del suo matrimonio lo ha aiutato nel suo lavoro "quando vi accaserete, tenete conto anche di trovare il coniuge che possa aiutarvi con il vostro lavoro", ci dice.

Staino racconta il processo che lo porta oggi alla sua condizione di cecità praticamente totale e racconta che, nonostante i momenti di dolore e sofferenza che lo avevano afflitto, piano piano ne è uscito fuori, senza mai buttarsi giù. Staino dice che la cecità gli ha permesso di esplorare nuovi mondi e realtà. La cecità non gli ha negato le gioie del suo lavoro: nei primi momenti della malattia, in cui si presentavano macchie scure nel suo campo visivo, utilizzò il tavolo luminoso, poi la tecnologia digitale. "fu durissima". Commenta Staino, ci racconta come questo passaggio della

sua vita ha cancellato tutti i riti ed i piaceri delle tecniche analogiche. Nonostante ciò gradualmente ha imparato ad apprezzare l'influsso dei "bioritmi" in questa nuova modalità di produzione.

Inizialmente il disegno fu solamente un divertimento, per passare le giornate in mancanza del padre (in guerra), il primo approccio gli venne suggerito dalla mamma, che gli faceva ricalcare le illustrazioni dei suoi libri. Così facendo il disegno diventò per il giovane Staino un rifugio dalla paura e dalle insicurezze. Per Staino questo suo hobby divenne una fonte di denaro solamente più tardi.

Staino ha avuto svariate occupazioni nel mondo dell'arte. Riguardo a quello che faceva nel mondo del cinema, Staino ci rivela il pensiero che Fellini espresse sui suoi film: "L'immagine fissa del fumetto ha già una sua poesia: quella che viene attribuita dall'osservatore, mentre se questa va a muoversi e musicarsi, spesso perde questa poesia, delude".

Sul libro:

Arriva Gesù, una figura nuova (riferisce alla fanciullezza della sua generazione tra il presepe e per le storie su di lui). Staino rivela che il rapporto con la religione cattolica era diviso in due: stravedeva per la figura del bambino Gesù, ma criticando tutto il resto. Staino dice che la figura del Che morto in Bolivia gli ricordò Gesù Cristo.

Con il primo paperino (Staino gli si avvicina ad 8 anni, nel 1948) si ha la prima rappresentazione dell'essere umano tramite animali antropomorfi. Nonna papera (America agricola), Zio Paperone (l'America bene), Paperina (l'amore impossibile), tutte le classiche dinamiche sociali, etc... Staino ammette: "Disegnando Bobo c'era paperino all'interno del lapis, bobo condivide con paperino molti aspetti".

Staino confeziona la sua prima striscia di fumetto il 10 ottobre 1989, inviandola all'eco di Scandicci. La striscia trattava di una sua caricatura, dalla satira sociale e familiare. L'ispirazione della striscia venne da Schulz, con Charlie Brown. Nonostante Staino si fosse allontanato dal gruppo di socialisti leninisti filo-albania di cui faceva parte, la politica finì per rientrare nelle sue strisce anche dopo che vi si distanziò. Visto i grandi risultati che otteneva dagli amici, decise di inviare le strisce direttamente a Linus. La risposta di Linus e della Rizzoli arriva dopo tre giorni mentre Staino era a Parigi.

Come sono state accolte le sue vignette dall'avvenire?

L'avvenire ha accolto in modo positivo le strisce satiriche di Staino, nonostante le accese guerre nell'ambiente cattolico vaticano italiano: essendo presidente onorario dell'associazione atei italiani, questa è stata l'unica a compiangere la sua collaborazione con l'avvenire.

Differenze tra fumetto e Graphic novel?

La graphic novel vive nell'interezza della sua storia, quasi come un romanzo, mentre il fumetto ha durata limitata e vive anche per segmenti ed episodi. Hello Jesus, nonostante questo suo andamento a vignette, tra loro al contempo collegate ed autonome, potrebbe ricordare effettivamente una graphic novel.

I limiti della satira? Devono essere tracciati?

Come tutte le espressioni dell'animo umano la satira non deve avere limiti, eccezion fatta per strisce offensive ed oltraggiose, o di determinate immagini in determinati contesti (giornali autonomi di satira senza limiti etici e con un pubblico cosciente).