

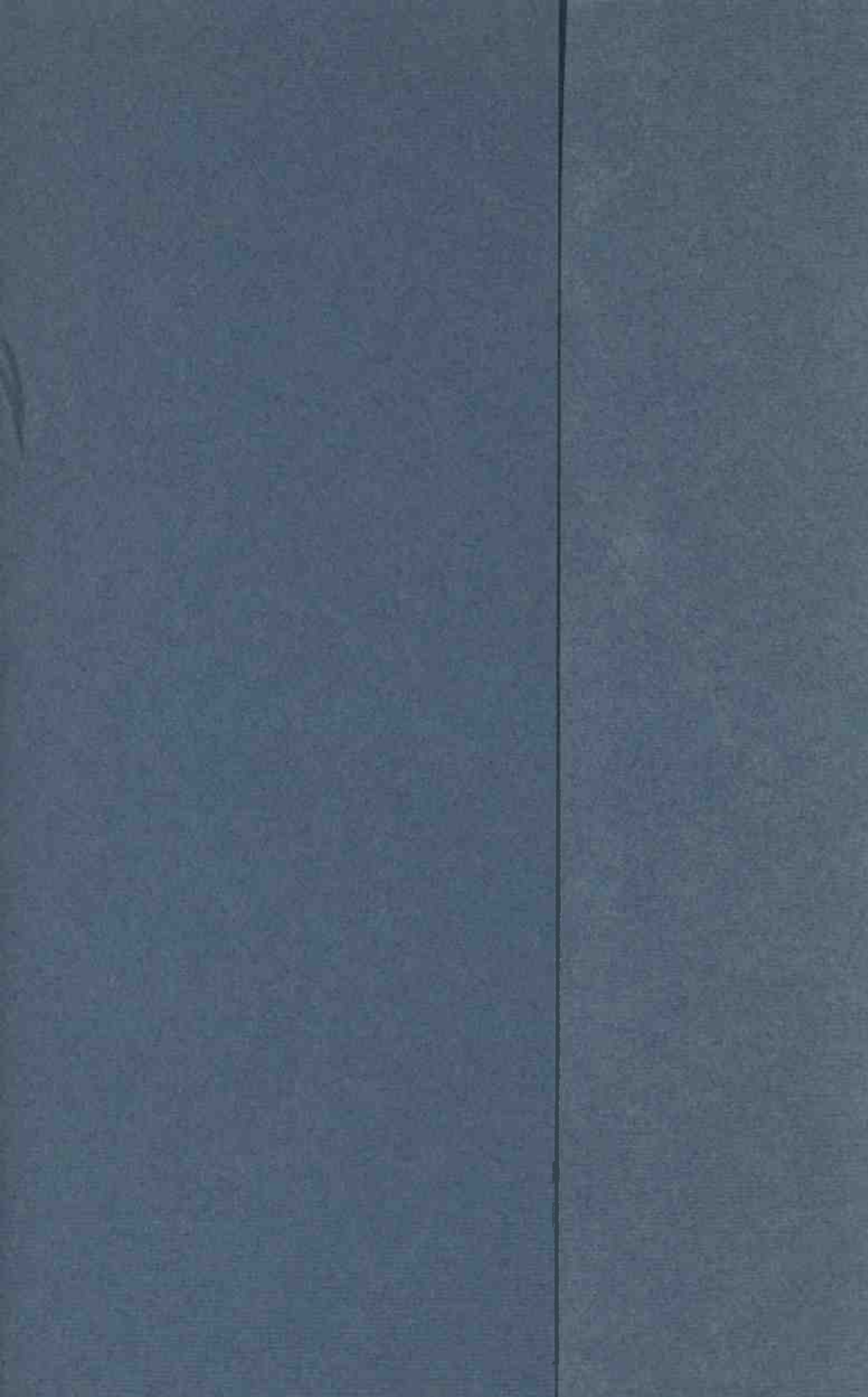
il Campo

LA PROFESSIONE
GIORNALISTICA
IN ITALIA

Anno secondo: 1990-91



Fondazione Adriano Olivetti



La professione giornalistica
in Italia

Anno secondo: 1990-91

(a cura de) *il Campo*

La professione giornalistica
in Italia
1980-1990
a cura di
Adriano Olivetti

© 1992 Fondazione Adriano Olivetti
Il testo può essere liberamente riprodotto
purché si citi la presente edizione.

INDICE

<i>Avvertenza</i>	7
-------------------	---

CONSIDERAZIONI GENERALI

VERSO IL POST-GIORNALISMO?

Le vie della diversificazione tra localismi e planetarizzazione	13
---	----

PARTE PRIMA

IL CORPO PROFESSIONALE

Il giornalismo: via breve alla mobilità sociale	25
I giornalisti italiani tra vecchie e nuove subaltermità	36

PARTE SECONDA

LE PISTE DELLA TRASFORMAZIONE

Il satellite e lo strillone. Il ruolo della stampa scritta nell'età dell'immagine	47
La formazione al giornalismo: il caso Columbia	75
Le Carte dei diritti e le tensioni etiche	88
La dimensione locale	96

PARTE TERZA

LE INIZIATIVE DEGLI ORGANI PROFESSIONALI

L'ordine dei giornalisti e la formazione	111
Le relazioni industriali. Il nuovo contratto di lavoro giornalistico	126
Dichiarazione della FIEG	131
Dichiarazione della FNSI	133

APPENDICE

1. Il Contratto di lavoro dei giornalisti	139
2. Le Carte dei diritti e dei doveri	171
3. La Carta di Treviso	192
4. Sulla formazione	194

Indice analitico	228
-------------------------	------------

PAGINA 6

Hanno collaborato al Rapporto, coordinato da Giovanni Bechelloni e Milly Buonanno: Angelo Agostini (*Le Carte dei diritti e le tensioni etiche*), Giovanni Bechelloni (*Considerazioni generali*), Milly Buonanno (*Il giornalismo: via breve alla mobilità sociale*), Gianni Faustini (*L'Ordine dei giornalisti*), Giovanni Giovannini (*FIEG*), Paolo Murialdi (*Il giornalista italiano tra vecchie e nuove subaltermità*), Massimo Peltretti (*Le relazioni industriali*), Gianni Riotta (*La formazione al giornalismo: il caso Columbia*), Giorgio Santerini (*FNSI*), Carlo Sorrentino (*La dimensione locale*), Vittorio Zucconi (*Il satellite e lo strillone*).

AVVERTENZA

Questo Rapporto sulla professione giornalistica in Italia giunge alla seconda edizione. Come abbiamo già precisato presentando la prima edizione -1988-89 - si tratta di un Rapporto sulla «professione» e non sul giornalismo in generale. Ciò significa che ci si propone di fare il punto, anno per anno o biennio per biennio, a seconda delle opportunità, sulle linee di tendenza in atto nell'evoluzione delle pratiche professionali. In ogni sua edizione il Rapporto contiene delle parti fisse - quelle relative al corpo professionale, alle relazioni industriali, alla formazione - e delle parti mobili destinate all'approfondimento di linee di tendenza di carattere più generale che possono influenzare il modo di intendere e di praticare la professione giornalistica.

La struttura del Rapporto è ancora sperimentale e sarà destinata a modificarsi fino a trovare una sua precisa identità che possa essere riconosciuta da tutti coloro che hanno interesse a documentarsi e a riflettere su una professione tanto centrale per il buon funzionamento di una società democratica. I destinatari del Rapporto sono, innanzitutto, i giornalisti stessi e le aziende editoriali, e poi gli organismi associativi della professione - l'Ordine nazionale dei giornalisti, la Federazione nazionale della stampa (FNSI), la Federazione italiana editori giornali (FIEG). Ambizione del Rapporto, tuttavia, è anche quella di coinvolgere l'interesse degli studiosi - storici e sociologi del giornalismo - e della più generale opinione pubblica costituita dai cittadini e dalle persone colte.

Il Rapporto è frutto di un lavoro di riflessione e di ricerca di studiosi e di professionisti attivati dall'Associazione culturale «il Campo», un centro studi che opera dal 1987 tra Roma e Firenze con lo scopo di accrescere la conoscenza storico-sociologica sul giornalismo e sui media, sulle culture e sulle politiche culturali. Concepito come Rapporto indipendente, non esprime punti di vista ufficiali, né si propone di presentare un'interpretazione univoca della professione giornalistica. Nelle pagine che seguono, infatti, si potranno leggere ipotesi interpretative anche tra loro discordanti, almeno in parte.

Il Rapporto - pur non pretendendo di trattare tutti i temi e, forse, nemmeno di offrire una selezione di quelli oggettivamente più rilevanti - si propone di offrire al lettore interessato dati e documenti,

interpretazioni fondate sulla ricerca empirica e sull'esperienza professionale, argomentazioni ancorate alla riflessione storica e sociologica. Ci auguriamo che, nel succedersi degli anni, questo Rapporto possa contribuire a far esistere una piccola opinione pubblica informata e autorevole capace di esercitare vigilanza critica sui modi d'essere della professione giornalistica.

Il Rapporto di quest'anno - introdotto, come di consueto, da un capitolo di considerazioni generali - è organizzato in tre parti e un'appendice.

La Parte Prima - *Il corpo professionale* - presenta due testi: il primo analizza i dati sugli effettivi della professione e sulle caratteristiche socio-culturali dei nuovi arrivati, raccordandosi direttamente al primo Rapporto; il secondo offre spunti di riflessione su alcuni aspetti del modo di concepire e di praticare la professione alla luce dell'evoluzione degli ultimi anni.

La Parte Seconda - *Le piste della trasformazione* - presenta quattro testi dedicati all'analisi di alcuni trends evolutivi che hanno già modificato o stanno modificando le modalità di esercizio della professione: dall'influenza che la televisione sta esercitando sul modo di dare le notizie, sulla scrittura, sui ruoli del corrispondente e dell'inviato all'influenza che una scuola di giornalismo, come quella della Columbia University di New York, può esercitare per innalzare gli standards etico-professionali del giornalismo; dalle nuove enfasi poste in Italia sulla questione dei diritti e dei doveri dei giornalisti alla inedita rilevanza assunta dalla dimensione locale nel notiziario dei quotidiani italiani.

La Parte Terza - *Le iniziative degli organi professionali* - è dedicata a fare il punto su due questioni rilevanti degli ultimi tempi: le iniziative dell'Ordine nazionale dei giornalisti in materia di formazione e la vertenza che ha portato alla firma (FIEG-FNSI) del contratto quadriennale che regola il rapporto di lavoro dei giornalisti.

Nell'Appendice si riproducono numerosi documenti ufficiali (per intero o per ampi stralci) che testimoniano - a supporto delle altre parti del Rapporto - importanti evoluzioni nel settore: dal contratto nazionale di lavoro alle numerose carte dei diritti e dei doveri, dal progetto istitutivo del corso di laurea in scienze della comunicazione (con annesso diploma in giornalismo) al progetto di un corso biennale di formazione al giornalismo ispirato alle deliberazioni dell'Ordine nazionale dei giornalisti.

Sia consentito, infine, di esprimere pubblicamente alcuni doverosi ringraziamenti: innanzitutto, al Segretario Generale della Fondazione Adriano Olivetti, Prof. Giovanni Maggia, che per primo ha nutrito fiducia nella nostra proposta consentendo che essa potesse realizzarsi e poi al Presidente della FIEG Giovanni Giovannini, al Segretario nazionale della FNSI Giorgio Santerini, al Presidente del Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti Gianni Faustini. (*g.b.*)

CONSIDERAZIONI GENERALI

1. Premessa

Il presente studio è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca "La cultura della comunicazione nella società contemporanea", finanziato dal Ministero della Pubblica Istruzione. L'obiettivo principale dell'indagine è quello di analizzare le trasformazioni culturali e sociali che si sono verificate negli ultimi decenni, in relazione alla diffusione e all'uso delle tecnologie della comunicazione. In particolare, si è cercato di individuare le principali tendenze e le aree di maggiore interesse, al fine di fornire una panoramica generale del fenomeno. Il lavoro è stato organizzato in tre parti principali: la prima, che costituisce l'oggetto di questa introduzione, ha per scopo di definire i termini e i concetti chiave della ricerca; la seconda, che si occupa della metodologia adottata, ha per scopo di spiegare come sono state raccolte e analizzate le informazioni; la terza, che costituisce il corpo principale del lavoro, ha per scopo di presentare i risultati della ricerca e di discuterne le implicazioni. La prima parte è divisa in due sezioni: la prima, che ha per titolo "La cultura della comunicazione", ha per scopo di definire i termini e i concetti chiave della ricerca; la seconda, che ha per titolo "La metodologia della ricerca", ha per scopo di spiegare come sono state raccolte e analizzate le informazioni.

La seconda parte del lavoro, che ha per titolo "La metodologia della ricerca", ha per scopo di spiegare come sono state raccolte e analizzate le informazioni. In questa sezione, si descrivono le diverse fasi del processo di ricerca, dalla definizione dell'obiettivo all'analisi dei dati. Si discute anche delle diverse metodologie utilizzate, sia quantitative che qualitative, e si spiega come sono state integrate le diverse fonti di informazione. La terza parte del lavoro, che ha per titolo "I risultati della ricerca", ha per scopo di presentare i risultati della ricerca e di discuterne le implicazioni. In questa sezione, si presentano i dati raccolti e si discute delle tendenze e delle aree di maggiore interesse.

La terza parte del lavoro, che ha per titolo "I risultati della ricerca", ha per scopo di presentare i risultati della ricerca e di discuterne le implicazioni. In questa sezione, si presentano i dati raccolti e si discute delle tendenze e delle aree di maggiore interesse. Si discute anche delle implicazioni sociali e culturali delle trasformazioni osservate, e si propone alcune linee di ricerca future. La conclusione del lavoro ha per scopo di sintetizzare i principali risultati della ricerca e di discutere le implicazioni generali.

VERSO IL POST-GIORNALISMO?

Le vie della diversificazione tra localismi e planetarizzazione

1. *Premessa*

Sono passati quasi due anni dal precedente Rapporto sulla professione giornalistica in Italia, due anni ricchi di eventi significativi che hanno inciso e incideranno sul modo di fare giornalismo. Si può osservare una crescente diversificazione negli stili e nelle funzioni culturali di quella forma di comunicazione sociale che si chiama giornalismo. Il processo di mediatizzazione - e cioè l'influenza della logica e dei formati dei media - sta procedendo velocemente e rende sempre più difficile distinguere, all'interno dei media e in particolare in televisione, ciò che è prodotto giornalistico da ciò che non lo è. In non pochi casi non si può che arrivare alla conclusione tautologica - autoriflessiva e autocertificante - che è «giornalistico» tutto ciò che viene «elaborato» dai giornalisti. Se così stessero le cose verrebbe meno anche la ragione d'essere di questo stesso Rapporto. Noi, evidentemente, non aderiamo a questa tesi estrema che è, però, uno dei punti di arrivo possibili nell'evoluzione delle forme della comunicazione pubblica. Soprattutto se non si lavorerà consapevolmente alla migliore strutturazione-definizione di una professione che, in Italia più che altrove, non ha solidi retroterra storico-sociologici né tradizioni consolidate nei percorsi formativi o nelle convenzioni etiche.

Questo Rapporto mette in luce molte ambiguità nei processi trasformativi in atto nella professione; sono osservabili e sono qui documentati sia trends evolutivi che vanno nella direzione di un affievolimento dello spessore professionale (l'ingresso tumultuoso di nuovi addetti, la concorrenza della televisione), sia, all'opposto, le iniziative volte a radicare nella formazione e nella logica dell'impresa editoriale standards professionali sempre più ricchi e specifici.

Rispetto agli anni ai quali si riferiva il precedente Rapporto sembra cresciuto - nel discorso pubblico sulla professione - il grado di consapevolezza al riguardo dei significati economici e culturali, professionali ed etico-politici che sono connessi ad un'analisi del ruolo sociale del giornalista e delle funzioni culturali del giornalismo nella presente situazione italiana. Non sembra più possibile sottovalutare le questioni connesse alle responsabilità sociali del giornalismo, né

limitarsi ai generici e accesi dibattiti sui temi del recente passato che hanno monopolizzato l'attenzione: il «giornalismo-spettacolo», la «lottizzazione», le «concentrazioni editoriali». Si è capito che per affrontare con qualche serietà, non solo di intenti ma anche di risultati, i problemi del giornalismo italiano occorre andare più a fondo, imparando a fare i conti con tutte le vaste articolazioni delle determinazioni concrete che contribuiscono a strutturare il campo giornalistico. Da questo punto di vista, dunque, possiamo riprendere e meglio specificare ciò che avevamo cominciato a dire nel precedente Rapporto quando parlavamo della crescente diversificazione del giornalismo italiano. Il modello classico del quotidiano italiano, *un ibrido sui generis* che non ha riscontri equivalenti in altri modelli giornalistici, tende a sfumare sullo sfondo rispetto a primi piani sempre più illuminati da configurazioni che rimandano a trasformazioni del campo giornalistico già consumatesi o ancora in atto in altri paesi.

2. Verso un nuovo giornalismo?

Quattro aspetti della trasformazione ci paiono più rilevanti tra quelli che tendono a rendere il giornalismo italiano meno diverso da quello di altri paesi (sia al modello latino dei paesi del Sud-Europa prevalentemente centrato su politica e cultura, sia al modello nordico euro-americano prevalentemente centrato sulla cronaca).

Innanzitutto, la tendenza del giornalismo televisivo - soprattutto nei casi di grandi eventi internazionali - a trasformarsi in qualcosa che ha poco a che vedere col giornalismo tradizionale. *In secondo luogo*, la crescente apertura del giornalismo a una notiziabilità a tutto campo che si declina in una ricca articolazione di giornalismo specializzati: qualsiasi soggetto sociale e qualsiasi tema può avere, potenzialmente, la *chance* di diventare notiziabile, a seconda delle scelte editoriali, dei climi di opinione o delle iniziative di comunicazione. *In terzo luogo*, si conferma la crescente capacità del «locale» - inteso nella sua accezione di provincia e di paesi nel processo di percepirsi urbanizzati - di alimentare notiziari giornalistici i più vari (dal quotidiano locale al periodico, dalla radio alla televisione). *Infine*, la doppia iniziativa dell'Università e dell'Ordine dei giornalisti apre la strada alla formazione al giornalismo.

Queste quattro trasformazioni - la prima e la quarta appena agli inizi e la seconda e la terza già in atto da qualche anno - stanno

modificando non poche caratteristiche del modo tradizionale di concepire e praticare la professione. Vediamo di mostrare alcune delle implicazioni possibili.

La diretta televisiva e il caso CNN

Nella retorica giornalistica non mancano coloro che tessono l'elogio della «diretta», come la grande risorsa televisiva per eccellenza, e l'elogio della CNN, come la punta più avanzata della tecnologia e della professionalità. Non dovrà passare molto tempo, noi riteniamo, prima che ci si potrà accorgere del grande abbaglio. Il «bello della diretta», si finirà per ammettere, è che uccide il giornalismo e rende più difficile percepire il flusso degli eventi, la loro concatenazione causale. L'assenza della mediazione giornalistica - quella capacità di selezionare, mettere in forma e raccontare che costituisce il nocciolo duro del lavoro giornalistico - lungi dall'essere una garanzia di non manipolazione diventa per l'*audience*, soprattutto per quella parte dell'*audience* che ha meno tempo per seguire le interminabili dirette e ha meno strumenti intellettuali per leggere la complessità del reale, l'assenza della mediazione giornalistica, dicevamo, diventa, di fatto, un'apertura di credito alla pura logica dei media.

Ai fini del nostro ragionamento ciò che va messo in luce è che portare microfoni e telecamere sui «fatti», aprire e chiudere il flusso dei suoni e delle immagini, non è lo stesso lavoro del giornalista classico; soprattutto se prevale - come è accaduto in Italia più che altrove, a causa di un persistente taglio ideologico e di una certa ingenuità professionale - l'idea di tenere microfoni aperti e schermi accesi per lunghi intervalli di tempo, fino al limite estremo di intere giornate o mezze giornate, come è accaduto per i primi giorni della «guerra del Golfo» (gennaio 1991) e come si è in parte ripetuto (anche se con minor enfasi, nonostante l'incomparabile maggiore novità dell'evento) per la caduta del comunismo in Unione Sovietica (agosto 1991).

Che la CNN possa essere uno straordinario supporto integrativo o una buona idea commerciale può essere vero, ma che essa rappresenti un modello di giornalismo di elevata professionalità che varrebbe la pena imitare ci pare difficile da sostenere.

Ma le trasformazioni del giornalismo televisivo non sono solo quelle messe in luce dai casi delle «dirette» e della CNN. Gran parte del giornalismo televisivo di routine - ad esclusione, quindi, delle isole di giornalismo d'inchiesta e di approfondimento - è sempre

più orientato dalla logica e dai formati televisivi; logica e formati che esaltano virtù «professionali» del tutto diverse da quelle classiche: la presenza, il modo di parlare, ecc.

Nel recente passato per queste trasformazioni in atto del giornalismo televisivo si è parlato di «giornalismo-spettacolare». Non di questo, ci pare si tratti. La trasformazione è più radicale. Va al cuore del concetto stesso di giornalismo. Tanto che si parla con sempre maggiore insistenza di «post-giornalismo», per alludere a forme di comunicazione televisiva che risentono della logica e dei formati del mezzo, della cultura dei media.

Il giornalismo della carta stampata si è trovato in difficoltà di fronte all'esplosione di queste modalità televisive di coprire l'attualità, in particolare durante la prima fase della guerra del Golfo. Alcuni quotidiani hanno imitato la televisione dedicando gran parte della foliazione alla guerra, anche in assenza di notizie vere e proprie. Qualcuno ha tentato la strada dell'edizione straordinaria a metà prezzo («La Nazione» del 17 gennaio '91, con la notizia incauta, se non falsa, della distruzione di Bassora).

Un fatto è certo, per concludere su questo punto, l'evoluzione del «giornalismo televisivo» apre una nuova storia non solo nei rapporti tra televisione e quotidiani, ma anche nel modo di concepire, praticare e, financo, definire il lavoro giornalistico.

La notiziabilità a tutto campo

Il processo si mette in moto a partire dalla metà degli anni Settanta e accompagna, sui media, la trasformazione della società italiana. Non solo il giornalismo economico si afferma, accanto al più tradizionale giornalismo sportivo, come una specializzazione giornalistica sempre più articolata e diffusa, ma si afferma decisamente una tendenza che era rimasta marginale e latente. La notiziabilità - la decisione circa la rilevanza di un fatto ai fini della sua comunicazione al pubblico - non dipende più dai classici canoni del giornalismo di cronaca, diventa una decisione del tutto indipendente da criteri oggettivi. Sul dilatarsi di questo fenomeno un ruolo non indifferente viene svolto dalla crescita dei budgets pubblicitari e di comunicazione.

Il fenomeno si declina in due modi. Da un certo punto di vista è la testimonianza di un processo di modernizzazione e di democratizzazione: si dilata la sfera pubblica, l'ambito del discusso collettivo, aumentano il numero e la tipologia dei soggetti e dei temi noti-

ziabili. Da un altro punto di vista proprio tale dilatazione introduce una sfera di discrezionalità che accresce il grado di autoreferenzialità del giornalismo e del sistema dei media. Molti confini si fanno labili. Apparentemente l'attualità detta le sue regole, ma spesso l'attualità è, a sua volta, provocata e costruita dai cosiddetti «*media-events*» o «fatti-notizia», che altro non sono che costruzioni artificiali di uffici stampa o pubbliche relazioni con lo scopo, appunto, di ottenere una copertura giornalistica. La gamma dei possibili eventi, che diventano notizie e che devono il loro statuto di eventi al solo scopo di diventare notizia, è così estesa che diventa quasi impossibile, nella foliazione ordinaria di un quotidiano, distinguere i fatti «veri» dai fatti-notizia. Basti pensare ai casi estremi del terrorismo da una parte e della conferenza stampa dall'altra. Dal punto di vista che qui ci interessa questa trasformazione nel sistema della comunicazione pubblica ha molte conseguenze sul lavoro del giornalista portando a una moltiplicazione dei ruoli professionali e del loro significato dal punto di vista dell'etica pubblica. Porta anche alla nascita di un giornalismo specializzato che lavora in una vasta gamma di media, più o meno giornalistici, svolgendo funzioni di comunicazione articolate.

Lo spazio del locale

E' sul declinare degli anni Ottanta che prende vigore una tendenza che non era mai riuscita ad affermarsi stabilmente nel giornalismo italiano. Si sviluppa un giornalismo locale attento alla cronaca dei piccoli centri della provincia italiana. La cronaca giudiziaria rive, in piccolo, i suoi fasti, consigli comunali e associazioni culturali svolgono sempre più la loro attività sotto gli occhi attenti di un nuovo tipo di giornalista: il giovane, apprendista o pubblicista, che percorre le vie di paesi che ormai vogliono sentirsi città. I localismi vitali della grande provincia italiana - soprattutto del centro-nord, ma non solo - cominciano ad avere i loro cronisti. Di questa trasformazione si parla ampiamente nel Rapporto. Qui basti dire che questo tipo di giornalismo, non sempre critico, anzi spesso agiografico e ingenuo, apre una prospettiva di segno completamente diverso rispetto ai due casi sopra ricordati. In molti altri paesi questo tipo di giornalismo è stato ed è alla base del giornalismo, praticato da un gruppo di professionisti che ha preparazione, carriere ed aspirazioni molto diverse rispetto al gruppo di professionisti che lavorano nei media nazionali. Il giornalismo locale rappresenta, in questo mo-

mento, la nuova gavetta del giornalismo italiano, la vasta platea degli aspiranti professionisti.

Verso la istituzionalizzazione della formazione

L'Italia è l'unico paese al mondo, o quasi, nel quale non sia istituzionalizzata, in nessuna delle vari configurazioni assunte all'estero (universitaria, professionale, mista), la formazione al giornalismo. La via alla professione è sempre passata per «il caso» o «la vocazione» - come a lungo hanno amato pensare molti giornalisti - o, più realisticamente, per le mediazioni amicali e familiari, sindacali e politiche che si intrecciano dentro e intorno alle redazioni. Volontariato e precariato sono state le forme principali attraverso le quali gli aspiranti giornalisti mettevano alla prova le loro vocazioni.

Nel biennio 1990-91 si sono contemporaneamente attivate nuove strade centrate sulla formazione. Come viene analiticamente documentato nel Rapporto, sia l'Università sia l'Ordine professionale si sono attivati per creare le premesse alla costruzione di un sistema formativo che possa svolgere, in analogia con quanto avviene in altri paesi, sia una funzione di selezione e di preparazione degli aspiranti giornalisti sia una funzione di controllo critico sugli standards della professione; come si argomenta in altra parte del Rapporto presentando, per la prima volta al lettore italiano, il modo di funzionare della celebre scuola di giornalismo della Columbia University.

3. Scenari contrastanti

Messo l'accento sui principali elementi di novità che portano il giornalismo italiano a diversificarsi nelle sue concrete modalità di esercizio vogliamo accennare ad alcuni dei principali eventi che sono occorsi in questi due anni e che hanno inciso o incideranno sul modo di fare il giornalismo e, più in generale, sui rapporti tra il sistema dei media, da una parte e la società, e la cultura, dall'altra. Si tratta di tre classi di eventi: internazionali, nazionali italiani, specificamente attinenti al mondo dei media.

Lo scenario internazionale

I grandi eventi dello scenario planetario - il crollo del comunismo e la guerra del Golfo - hanno avuto conseguenze, sia effimere sia durevoli, di origine strutturale e ideologico-culturale. Sul piano pla-

netario ed europeo tre conseguenze durevoli merita di ricordare: a) il riemergere a visibilità del problema delle identità nazionali, regionali, etnico-culturali; b) la scomparsa del «nemico», con tutto ciò che questo comporta, a Est come ad Ovest, per la costruzione di strategie discorsive e politico-economiche che sono state *magna pars* della storia del XX Secolo; c) la più netta demarcazione dei ruoli fra televisione e stampa nel loro rapporto con l'attualità.

Di quest'ultima conseguenza abbiamo già accennato nel paragrafo precedente. Qui possiamo aggiungere che a partire da una riflessione sul ruolo della diretta televisiva e, più in generale, della veicolazione dell'informazione veicolata dalla televisione con sempre minori mediazioni professionali, la editoria giornalistica - a partire dai quotidiani - ha imboccato, con più decisione rispetto al passato, una strategia della diversificazione.

Cresce sui quotidiani italiani lo spazio dell'approfondimento - la tematizzazione da un lato e l'analisi critica dall'altro - del commento competente, della selezione mirata. Per certi aspetti l'intreccio tra i vari media è sempre forte, costituendosi a vicenda fonte l'uno per l'altro, con marcati tratti di autoreferenzialità. Per altri aspetti, tuttavia, si è dispiegata negli ultimi tempi un'inedita concorrenza all'interno di un sistema giornalistico che aveva rispettato aree di influenza e zone di diffusione.

Si sono creati e si stanno creando spazi concorrenziali in varie parti del sistema giornalistico che stanno ridisegnando le identità delle testate e i confini delle rispettive *audience*: a livello nazionale e a livello regionale e locale. Alcune testate - quelle più radicate nella tradizione - vanno specializzando e articolando la propria identità nelle cronache cittadine, altre testate si aprono di più al giornalismo interpretativo a vocazione culturale e cosmopolita. Per certi aspetti la concorrenza in atto potrebbe portare alla scomparsa del quotidiano *omnibus* all'italiana e alla nascita di più marcate differenze tra quotidiani di élite (a vocazione nazionale) e quotidiani popolari (a vocazione locale).

Le conseguenze sul sistema giornalistico del riemergere del problema delle identità collettive e della scomparsa del nemico sono più difficili da individuare. Si potrebbe, tuttavia, ritenere che esse da un lato tendono a favorire l'attenuarsi dell'orientamento politico-partitico come discriminante per la collocazione di mercato di un quotidiano e, dall'altro lato, tendono a favorire la costruzione di campagne stampa più erratiche come potrebbe essere stato già il caso per

alcune tipiche campagne degli ultimi tempi (contro la mafia, contro i partiti, contro Cossiga, ecc.)

Paradossalmente, per concludere su questo punto, i due grandi eventi internazionali del 1991 - la Guerra del Golfo e il crollo del comunismo - mentre in un primo tempo, sotto gli effetti dello *choc* emotivo attivato dalle dirette televisive, sembrano aver attivato una consapevolezza al riguardo degli effetti della planetarizzazione, in un secondo tempo hanno attivato un ripiegarsi particolaristico, una rivalutazione di identità più circoscritte, meglio definibili nei termini delle tradizioni più che delle rotture e delle trasformazioni. E' come se il crollo del comunismo avesse messo alla luce un rimosso collettivo.

Lo scenario nazionale

Lo scenario nazionale è stato caratterizzato da alcuni eventi che hanno indubbi correlati con il mutato scenario internazionale, eventi che in Italia erano stati parzialmente anticipati sia dalla nascita delle Leghe sia dalla rifondazione del partito comunista come partito di ex.

Sulla scena pubblica costruita dai media gli eventi più significativi che meriterebbe analizzare in termini di professionalità giornalistica sono, da un lato, la lunga vicenda collegata alle riforme istituzionali e alle «esternazioni» di Cossiga e, dall'altro, la breve ma intensa vicenda dello sbarco degli albanesi. Le due vicende mettono in luce molti aspetti significativi connessi al funzionamento dei media e del giornalismo segnando i limiti di un giornalismo troppo influenzato dalla logica dei media. Se a questi due eventi aggiungiamo l'elenco delle campagne stampa che sono state attivate negli ultimi tempi (contro la mafia e contro i partiti, soprattutto) si può capire che una delle ripercussioni del mutato scenario internazionale e del crollo del comunismo è connessa proprio alla questione della perdita del nemico, alla quale sopra accennavamo.

Si ha l'impressione, in altri termini, che la via italiana a un giornalismo meno nervoso e sensazionalistico e soprattutto sganciato da orientamenti ideologico-politici sia piuttosto tortuosa. Come se un passaggio obbligato debba essere la ricerca di un nemico da sostituire a quelli classici identificabili con gli schemi della guerra fredda.

L'identificazione del nemico nella mafia o nel sistema dei partiti (magari nei due tra loro collegati, come anche si può leggere) può comportare conseguenze non da poco per l'intero sistema naziona-

le. Il nemico, infatti, diventa interno e non più esterno. Se prima, con la divisione del mondo in blocchi, si rischiava l'esplosione oggi si rischia l'implosione.

Il mondo dei media

Gli eventi relativi al mondo dei media che hanno maggiori influenze sul giornalismo sono, sostanzialmente, quattro: a) la legge Mammì (estate 1990); b) la crisi del mercato pubblicitario, connessa sia alle conseguenze della legge Mammì sia a fenomeni recessivi; c) la firma del contratto nazionale di lavoro dei giornalisti (luglio '91); d) la conclusione della «guerra di Segrate».

Mentre i primi due eventi hanno avuto effetti negativi sui bilanci di imprese editoriali che erano riuscite negli anni precedenti a costruire un'identità di impresa più marcata rispetto alla tradizione italiana, gli altri due eventi hanno già cominciato a dispiegare indubbi effetti positivi sul giornalismo italiano, riducendo gli spazi di una conflittualità che rischiava di mettere a repentaglio un patrimonio di realizzazioni concrete - nel campo del rinnovamento tecnologico e in quello della logica di impresa - che ha contribuito decisamente a far uscire l'industria editoriale italiana e, con essa, il giornalismo dalle morte gore dell'assistenzialismo.

4. Conclusioni

Sono molte, quindi, le piste che il giornalismo italiano sta percorrendo per uscire dai vincoli negativi di una tradizione di subalternità. Non tutti gli osservatori riescono a percepire la novità costituita dal fatto che il giornalismo italiano è oggi, dal punto di vista strutturale, incomparabilmente più libero rispetto al passato. Dal momento che le risorse sulle quali vive l'industria editoriale sono oggi risorse di mercato, le subalternità ideologiche, quelle partitiche e quelle affaristiche sono meno ancorate a uno stato di necessità. Se subalternità ancora ci sono - e non v'è dubbio che ve ne siano - esse sono più il risultato della persistente influenza di mentalità e di tradizioni che non il frutto perverso di una situazione editoriale ingovernabile e ingovernata, come a lungo è stato in un passato non troppo lontano.

PARTE PRIMA IL CORPO PROFESSIONALE

1. *Introduzione*

Il presente studio è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca "La professionalità e la responsabilità sociale" finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica. L'obiettivo principale è quello di analizzare il ruolo del professionista nella società e di individuare le strategie per migliorare la sua performance e la sua responsabilità sociale.

Il presente studio è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca "La professionalità e la responsabilità sociale" finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica.

Il presente studio è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca "La professionalità e la responsabilità sociale" finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica.

Il presente studio è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca "La professionalità e la responsabilità sociale" finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica. L'obiettivo principale è quello di analizzare il ruolo del professionista nella società e di individuare le strategie per migliorare la sua performance e la sua responsabilità sociale. Il presente studio è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca "La professionalità e la responsabilità sociale" finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica.

Il presente studio è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca "La professionalità e la responsabilità sociale" finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica. L'obiettivo principale è quello di analizzare il ruolo del professionista nella società e di individuare le strategie per migliorare la sua performance e la sua responsabilità sociale.

Il presente studio è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca "La professionalità e la responsabilità sociale" finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica.

Il presente studio è stato realizzato nell'ambito del progetto di ricerca "La professionalità e la responsabilità sociale" finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica. L'obiettivo principale è quello di analizzare il ruolo del professionista nella società e di individuare le strategie per migliorare la sua performance e la sua responsabilità sociale.

IL GIORNALISMO: VIA BREVE ALLA MOBILITÀ SOCIALE

1. *Mille e più di mille*

Avevamo lasciato i giornalisti italiani - secondo i dati del precedente Rapporto, aggiornati al 31 ottobre 1989 - a quota 13.109, fra professionisti, pensionati e praticanti; li ritroviamo, in poco più di un anno, accresciuti di oltre mille unità: 14.311 alla data del 31 dicembre 1990. La ripartizione, in particolare, è la seguente:

Professionisti	Pensionati	Praticanti
10.636	1.704	1.971

Un incremento complessivo, dunque, di circa il 10%, che sale addirittura al 26% nel gruppo dei praticanti.

La definizione di «accesso sbloccato», che avevamo usato per sottolineare l'espansione del corpo professionale lungo tutti gli anni Ottanta (e in specie nella seconda metà del decennio) diventa un eufemismo di fronte alla crescita esponenziale registrata nell'ultimo anno: siamo in effetti in presenza di un vero e proprio boom degli ingressi, in cui dà tangibile testimonianza sia il continuo rialzo del numero-record dei candidati agli esami di idoneità professionale, sia - e di conseguenza - l'impennata del numero degli idonei e dunque di quelli che diventano ufficialmente professionisti iscritti all'Albo dell'Ordine (817, ad esempio, nelle sessioni del 1989, quando in precedenza la media annua era stata di 400 promossi).

Sessioni d'esame	Candidati
53 (1989)	307
54 (1989)	533
55 (1990)	592
56 (1990)	658

Altrettanto cospicuo l'aumento dei pubblicisti, passati da 29.992 al 31 ottobre del 1989 a 32.689 al 31 dicembre 1990.

Come già si accennava nel Rapporto dello scorso anno, questa autentica impennata nella crescita della popolazione giornalistica italiana è in parte del tutto fisiologica: il campo dei media informativi si sta espandendo come non mai, e soprattutto si estende e si consolida - ciò che configura la novità di maggior rilievo della fase at-

tuale - l'area del giornalismo locale. Ma in parte questa folla di *new-comers*, professionisti o pubblicisti, è anche il risultato di una politica (per così dire ecumenica) dell'accesso, adottata e favorita dagli organismi professionali; è più che un'ipotesi, ad esempio, la «generosità» dei criteri con cui alcuni Ordini regionali - grazie al varco aperto dalla nuova prassi della «interpretazione flessibile» dell'art. 34 - elargiscono le dichiarazioni sostitutive del praticantato, in tutti quei casi che non soddisfano o esulano dalle condizioni della normativa; o decretano l'ammissione al pubblicismo.

Una tale *policy*, orientata a legittimare e sostanzialmente a soddisfare - presto o tardi - diffuse aspirazioni d'accesso alla professione giornalistica, assolve tra l'altro a una funzione (più o meno latente o manifesta) di «prevenzione» nei confronti delle nuove iniziative di formazione, delle scuole di giornalismo che ormai cominciano a fiorire in varie sedi. Non c'è dubbio, infatti, che le nuove leve giornalistiche uscite dalle scuole entrerebbero in concorrenza con la massa di quanti hanno maturato «sul campo», in un modo o nell'altro - e premono per ottenerne il riconoscimento - il diritto a diventare giornalisti.

2. *La provincia recluta*

Un rapido, e nel caso particolare quasi tumultuoso, processo di espansione di un corpo professionale, si accompagna inevitabilmente a - ovvero comporta - più o meno sensibili modifiche nella composizione e nel profilo della categoria; modifiche che, a loro volta, possono assumere configurazioni diverse a seconda delle specifiche condizioni da cui, in un momento dato, traggono origine o maggiore impulso gli stessi processi di espansione.

Le condizioni - all'incrocio tra i meccanismi di reclutamento e i trends d'evoluzione nel campo dei media informativi - venutesi a creare a cavallo degli anni Ottanta, hanno ad esempio favorito l'ingresso nel giornalismo di quelli che abbiamo definito «i figli devianti delle classi dirigenti»: giovani uomini e giovani donne, figli dei ceti urbani alti o medio-alti - ma privi in molti casi dell'elevato capitale scolastico necessario per accedere alle professioni consolidate - che trovavano nel giornalismo una collocazione-rifugio, una sorta di paracadute contro i rischi di mobilità sociale discendente.

Che cosa sta accadendo, in conseguenza della nuova grande on-

data di reclutamento che si registra all'inizio dei «Novanta»? Qual è oggi il profilo dei *newcomers* del giornalismo?

I dati di cui disponiamo si riferiscono al biennio 1989-90, e sono stati raccolti mediante brevi questionari distribuiti ai candidati agli esami di idoneità in occasione delle prove scritte, e ai partecipanti ai seminari preparatori di Urbino e di Viterbo. La compilazione dei questionari essendo, ovviamente, facoltativa, coloro che hanno risposto costituiscono un gruppo autoselezionato e non un campione rappresentativo in senso proprio (con tutte le cautele che ciò comporta sul piano dell'analisi e dell'interpretazione). Equivalente al 26% dei candidati alle quattro sessioni del biennio (cfr. più sopra), il gruppo - composto da 555 soggetti - è tuttavia sufficientemente ampio da poter offrire, se non altro, un ragionevole supporto empirico a una serie di quesiti, ipotesi, considerazioni, che in parte già esprimevamo nel contributo dello scorso anno.

Occorre richiamare, appunto, quello che costituiva il filo rosso, il tema trasversale del precedente Rapporto: l'autentica esplosione della stampa e del giornalismo locale, un fenomeno finora inedito in Italia, che ha in breve tempo modificato il panorama del nostro sistema informativo e la configurazione del mercato editoriale. E che sta, in aggiunta, esercitando effetti di rilievo sulla composizione - quantitativa e qualitativa - del corpo professionale. Il «pubblicista di redazione», il «giornalista diffuso», figure nuove di collaboratori e di aspiranti, nell'ormai variegato arcipelago del giornalismo italiano, sono infatti il risultato dell'espansione dei mercati locali, del successo della provincia come grande soggetto notiziabile. Le sedi delle testate locali, delle redazioni decentrate, stanno diventando luoghi di raccolta di una folla di giovani candidati alla professione: così che la provincia recupera un ruolo importante quale bacino di reclutamento al giornalismo, ruolo monopolizzato fino ad anni recenti dalle grandi aree urbane e metropolitane.

Non a caso, è proprio dalle medie e piccole città di provincia che vengono - nel senso che vi hanno effettuato il praticantato - moltissimi intervistati: oltre la metà, il 55%. Non si tratta, come poteva essere una volta, di giovani originari della provincia trasferiti altrove, nei centri metropolitani dell'informazione; ma di praticanti formati nelle redazioni locali, dove torneranno presto o tardi (scontato un certo tasso di selezione e di «ripetenze») da professionisti. Nella lista delle aziende di provenienza ricorrono infatti numerosissimi i «Corrieri di...» e le «Gazzette...»: tipiche denominazioni delle testate locali.

Se una così ampia proporzione, nel gruppo dei rispondenti, dei reclutati dalla provincia rispecchi la loro incidenza reale nell'universo dei nuovi giornalisti è difficile dire; e, d'altro canto, non ci sono ragioni plausibili (un'affermazione di presenza?) a sostegno dell'ipotesi di una autoselezione molto più forte proprio tra i candidati della stampa locale. Ciò che più conta, in ogni caso, è che i dati dell'indagine convergono con altri elementi e fonti di osservazione: il peso dell'informazione locale è aumentato non soltanto sul mercato editoriale ma anche su quello del reclutamento alla professione.

Cresce, di conseguenza, anche il peso complessivo della stampa quotidiana come sede di accesso al giornalismo; dalla fine degli anni Settanta, tra la rigogliosa fioritura di tanta stampa periodica e l'espansione del giornalismo televisivo, i quotidiani avevano progressivamente perso di incidenza nel reclutamento delle nuove leve (scendendo al di sotto del 50% dei candidati agli esami di idoneità). Ma già nel 1988 si comincia a osservare una inversione di tendenza, che i nostri dati - anche se probabilmente la enfatizzano - consentono tuttavia di ricondurre al fattore determinante della crescita dei «locali». Oltre il 60% dei rispondenti ha svolto il praticantato presso un quotidiano, e che si tratti nella gran parte dei casi di una testata locale lo prova il fatto che questa percentuale sale al 74% fra i provenienti dalla provincia.

Azienda di provenienza	Sede di provenienza	
	Grande città	Provincia
Quotidiano	49%	74%
Periodico	21%	6%
Agenzia	13%	8%
Radiotelevisione	17%	12%

Dunque la provincia, e in particolare la stampa quotidiana di provincia, recluta, ed è diventata una sede di forte addensamento degli accessi alla professione giornalistica; già questa configura una svolta di rilievo rispetto alla dominante tendenza alla «metropolizzazione» del corpo professionale, che si poteva osservare agli inizi degli anni Ottanta. Una svolta che, andando nella direzione di una più diversificata tipologia dei contesti ambientali di provenienza dei nuovi giornalisti, sarebbe da apprezzare positivamente: se la presa in considerazione di ulteriori elementi analitici non inducesse a una riflessione più critica sui nuovi soggetti, e quindi sulle modalità del reclutamento in provincia.

3. Il profilo dei newcomers

Il processo di «femminilizzazione» rappresenta, com'è noto, uno dei mutamenti più significativi che la professione giornalistica - tradizionalmente maschile, e fors'anche almeno in passato maschilista - abbia registrato dalla fine degli anni Settanta. Da una presenza sostanzialmente irrisoria, le donne giornaliste sono passate a una quota che, ad esempio, nel quinquennio 1984-89, era appena inferiore al 30% dei nuovi giornalisti. Rilevante, ma presto relativamente stabilizzata o comunque senza grandi progressioni - come si sottolineava nel Rapporto precedente - questa crescita è stata un fenomeno tipicamente metropolitano, legato innanzitutto all'espansione della grande stampa periodica e, a qualche distanza, ai quotidiani nazionali e alle testate televisive (dove la presenza femminile riveste una visibilità che supera di gran lunga la sua reale consistenza). E' dunque legittimo chiedersi se la dislocazione verso la provincia dell'area territoriale di reclutamento non crei condizioni meno favorevoli all'accesso delle donne alla professione.

Se dobbiamo credere ai nostri dati, è esattamente quel che sta accadendo. Nel gruppo degli intervistati, la presenza femminile equivale al 28%; vale a dire che grosso modo corrisponde alla effettiva incidenza raggiunta dalle donne fra i nuovi professionisti, nella seconda metà degli anni Ottanta. Ma il punto è che questa quota varia sensibilmente, a seconda della sede di provenienza degli aspiranti, come si coglie con tutta evidenza dalla tabella seguente.

Sesso	Sede di provenienza	
	Grande città	Provincia
M	65%	70%
F	35%	23%

Il reclutamento nei medi e piccoli centri è in effetti più accentuatamente maschile che nelle grandi aree urbane, come si era ipotizzato. L'estensione degli accessi dai territori della provincia appare pertanto un fattore di ridimensionamento della presenza femminile, che preoccupa a doppio titolo: non soltanto perché rimaschilizza - se così si può dire - la professione, ma perché contribuisce in tal modo a sottrarle risorse culturali: le giornaliste donne essendo notoriamente, e confermandosi anche nei nostri dati, meglio fornite rispetto ai colleghi maschi di elevate credenziali scolastiche e formative. Si ve-

da ad esempio la distribuzione sessuale dei titoli accademici e delle competenze linguistiche.

Sesso	Laurea	Buona conoscenza	
		Inglese	Francese
M	35%	38%	22%
F	48%	47%	36%

Al di là delle pur significative differenze tra i sessi, uno dei risultati maggiormente degni di nota della rilevazione è la percentuale dei rispondenti laureati: pari ad appena il 39%. Agli inizi degli anni Ottanta, un'indagine condotta fra i giornalisti della stampa romana aveva mostrato come gli studi universitari fossero stati portati a compimento da meno della metà degli intervistati (47%); per una professione appartenente al campo delle classi dirigenti, e per una società investita da intensi e diffusi processi di scolarizzazione, sembrava già poco. A distanza di dieci anni, l'ulteriore abbassamento della quota dei laureati, registrato dall'indagine in esame, non può che far sperare in una distorsione dei dati. Ma in realtà, le ipotesi consolatorie non impediscono di vedere come il contesto territoriale di provenienza operi da netto discriminare sul piano del capitale scolastico e culturale, che risulta sistematicamente più esiguo nel sottogruppo dei candidati provenienti dai medi e piccoli centri.

Titolo di studio	Sede di provenienza	
	Grande città	Provincia
Laurea	43%	37%
Iscrizione all'università	33%	33%
Diploma di scuola superiore	24%	30%

La ridotta quota dei laureati fra i provenienti dalla provincia non è la risultante spuria di una differente struttura per età e per sesso: l'età media (piuttosto alta: fra i 31 e i 32 anni) è la stessa ovunque e, a parità di sesso, i laureati della provincia sono sempre in proporzione inferiore rispetto a quelli dei grandi centri urbani. Sia pure con cautela - considerate le incertezze sul grado di rappresentatività di un campione casuale di rispondenti - si è indotti a ritenere che le aziende giornalistiche dei medi e piccoli centri reclutino, e contribuiscano a immettere nella professione, aspiranti meno dotati in fatto di credenziali educative. Si vedano ancora, a conferma, i dati sulle votazioni di laurea e sulla conoscenza delle lingue.

	Sede di provenienza	
	Grande città	Provincia
Voto di laurea (media)	106	103
Buona conoscenza inglese	52%	30%
Buona conoscenza francese	31%	21%

A meno di presupporre un tasso elevatissimo di distorsione, non sembra irragionevole attribuire a questi dati un fondo di plausibilità; i localismi vitali, che sono in parte all'origine della fioritura del giornalismo provinciale, non tolgono che i giovani di provincia intratengano relazioni per così dire più lasche e incompiute con l'istruzione superiore e con altre filiere di apprendimento, come quella delle lingue straniere (soprattutto, come si vedrà più avanti, i figli delle classi medie e mediobasse).

I giovani, si diceva, e certo (guardiamo qui alla generalità del rispondenti, al di là del discrimine del contesto cui appartengono) i futuri giornalisti lo sono, specie considerando quanto sia oggi più esteso che in passato l'arco dell'età giovanile: molti, quasi il 40% sono ancora nella fascia d'età dei vent'anni, non hanno varcato la soglia dei trenta. Ma i trentenni, e oltre, sono evidentemente i più numerosi (61%), come dimostra sia l'età media assai prossima ai 32 anni (leggermente inferiore per le donne), sia la quota consistente (più del 35%) di coloro che superano l'età media, e si presentano all'esame di idoneità avendo dai 33 anni in su.

Di fatto - distribuiti grosso modo nella stessa proporzione di 2 a 3 in entrambi i contesti, metropolitano e di provincia - si possono distinguere due differenti gruppi generazionali di candidati, separati da una rilevante distanza d'età: il primo gruppo, di coloro che sono nella fascia dei venti anni, è molto giovane (l'età media è di 26 anni); il secondo è costituito da soggetti già alle soglie dell'età adulta (età media 36 anni).

Le due generazioni sono inoltre separate dai livelli d'istruzione, che - in qualche misura, inaspettatamente - tendono a decrescere con l'età.

Generazione dei trentenni

Titolo di studio

Laurea	44%
Iscrizione all'università	24%
Diploma di scuola superiore	32%

Generazione dei ventenni

Titolo di studio

Laurea	32%
Iscrizione all'università	43%
Diploma di scuola superiore	25%

Se il possesso (relativamente) più diffuso di credenziali educative elevate caratterizza, in generale, i candidati trentenni (44% di laureati) rispetto ai loro colleghi più giovani (32%), è pur vero d'altro canto che fra questi ultimi l'incidenza degli iscritti all'università è quasi raddoppiata; il che, tenuto conto del forte allungamento della permanenza all'università di molti studenti ben oltre la durata legale dei corsi di laurea, lascia aperta l'eventualità che almeno una parte degli iscritti più giovani possa ancora laurearsi, attenuando così il gap tra le generazioni.

Resta - se i nostri dati sono almeno indicativi di trends generali, pur non rispecchiandone probabilmente le esatte dimensioni - che negli ultimi anni l'età dell'accesso al giornalismo in qualche misura si divarica: si può entrare nella professione molto giovani - e presentarsi all'esame di idoneità a un'età media di 26 anni significa davvero aver esordito da giovanissimi, se si considera che oltre la metà dei ventenni dichiara un'esperienza più che triennale di collaborazione, prima dell'assunzione come praticante - e ci si può entrare ormai quasi adulti, avendo abbondantemente superato i trent'anni.

Pur non essendo in grado di ricostruire i differenti percorsi biografici e professionali delle due generazioni di *newcomers*, non è difficile immaginare che i più giovani siano stati reclutati fra i tanti che l'espansione del mercato e la necessità di ampliamento degli organici ha portato ad affollare le redazioni, specie della provincia. Per quanto riguarda l'ingresso tardivo dei trentenni, non si va, forse, troppo fuori strada ipotizzando che essi siano in buona parte beneficiari di una sorta di «sanatoria»: pubblicisti e collaboratori esterni di lunga data, personale di piccole strutture redazionali e editoriali, che l'interpretazione discrezionale dell'art. 34 ha consentito di promuovere «praticanti di fatto», aprendo loro la via dell'ingresso ufficiale alla professione giornalistica.

Al di là delle ipotesi, si tratta a ben guardare di una contraddizione - se non di una perversione - nel meccanismo dell'accesso. Quelle in cui si entra a pieno titolo essendo non meno che trentenni, sono le grandi e consolidate professioni, che presuppongono ed esi-

gono il compimento di un curriculum universitario - dove oggi ci si attarda più che in passato. Ora, o il giornalismo è da annoverare fra le professioni di maggior rilievo della società contemporanea - ci sarebbero tutti i presupposti per sostenerlo - e dunque si giustifica un ingresso relativamente tardivo, agganciato però alla richiesta di elevate credenziali educative e di un *training* specifico (laurea e scuole di formazione); in tal caso il reclutamento di giovani dallo scarso o incompiuto curriculum universitario è decisamente inadeguato. Oppure non lo è, e allora naturalmente i giovani da formare *on the job* costituiscono la risorsa elettiva, e non si vede quale senso rivesta reclutare (o forse meglio promuovere) anche tanto personale adulto: se non quello, appunto, di una *policy* ecumenica di soddisfazione delle aspirazioni che, in una fase di snodo come l'attuale - fioritura di scuole di giornalismo, concorsi aziendali e borse di studio per giovani laureati, e in generale maggiore e più convinta attenzione per le esigenze della formazione professionale - è volta a consentire a molti, giovani e adulti, di prendere l'ultimo treno di un sistema di accesso in via di superamento.

Un treno, per continuare a usare la metafora ferroviaria, che segue un percorso - in più casi assai rapido - di mobilità sociale. Si veda innanzitutto l'estrazione dei *newcomers*, dicotomizzata in base alla professione paterna in: alta e medioalta (figli di professionisti, imprenditori, dirigenti, funzionari...) e media e mediobassa (figli di impiegati, commercianti, artigiani, operai...).

Origine sociale	Sede di provenienza	
	Grande città	Provincia
Alta e medioalta	49%	30%
Media e mediobassa	51%	70%

E' sempre arduo, e impone una enorme cautela, fare comparazioni tra fonti non omologabili. Per quanto riguarda l'origine sociale dei giornalisti, ad esempio, abbiamo a disposizione solo la nostra indagine dei primi anni Ottanta nelle redazioni romane: un contesto specifico e, in qualche misura, di élite, i cui membri risultavano essere in larghissima maggioranza (3 su 4) figli delle classi dirigenti. Ma se la incomparabilità delle fonti sconsiglia dall'esprimersi in termini di una «caduta» dell'estrazione sociale fra i *newcomers* dell'ultimo biennio, con un'evidenza troppo marcata per essere del tutto casuale, i dati in esame dicono comunque che, specialmente in

provincia, l'area sociale del reclutamento è decisamente spostata verso il basso, verso i figli dei ceti piccolo-borghesi e popolari.

Fall-out della crescita dell'informazione locale, questa tendenza che si può senza dubbio definire di democratizzazione, è in quanto tale da accogliere e valutare assai positivamente - le frazioni superiori della struttura sociale restando comunque sovrarappresentate, a riprova della (effettuale e percepita) collocazione del giornalismo nel campo delle classi dirigenti.

Il giornalismo, com'è noto, è una professione cui si rivolgono soprattutto le attese di soggetti sociali «mobili», in duplice direzione: da un lato, i figli delle classi dirigenti che, minacciati per una ragione o per un'altra di declassamento, vi trovano un approdo per così dire onorevole - anche se non comparabile in termini di prestigio e posizione sociale a quello delle grandi professioni cui avrebbero potuto aspirare; dall'altro, i figli delle classi medio-inferiori, che investono nel giornalismo aspettative di promozione sociale, non potendo invece realisticamente mirare alle professioni consolidate. Per un certo periodo, grosso modo a partire dalla fine degli anni Settanta, la professione giornalistica ha reclutato di preferenza soggetti del primo tipo; più di recente, a quanto pare, l'area sociale del reclutamento si è maggiormente estesa - soprattutto in provincia - alla seconda tipologia di aspiranti, che nell'accesso al giornalismo trovano un canale di mobilità sociale ascendente. O, per meglio dire, una «via breve», una rapida scorciatoia di mobilità, come lasciano scorgere i dati sulla stratificazione socio-culturale del gruppo dei rispondenti.

Origine sociale	Laurea	Sede di provenienza	
		Grande città	Provincia
Alta e medioalta	sì	28%	16%
Alta e medioalta	no	21%	14%
Media e mediobassa	sì	18%	22%
Media e mediobassa	no	33%	48%

Usciti in larga maggioranza dai ceti medi, piccolo-borghesi e popolari, i *newcomers* dell'ultimo biennio realizzano comunque - tramite l'accesso al giornalismo - una promozione sociale. Ma, mentre per alcuni questo percorso di mobilità è, per così dire, lastricato dagli studi universitari portati a termine - e dunque si tratta di una mobilità sociale sorretta, e anche guadagnata, da una mobilità scolastica che in linea di principio ne farebbe dei candidati ad altre professioni medio-alte - per i molti che non sono neppure laureati accedere al

giornalismo significa compiere un doppio salto. Questi ultimi, e i più numerosi (un terzo fra i candidati delle grandi città, e quasi la metà nel sottogruppo della provincia), trovano nella possibilità di diventare giornalisti l'autentica «via breve» a una mobilità sociale, che l'assenza di elevate credenziali educative renderebbe altrimenti assai improbabile se non impossibile realizzare.

Caduta dei varchi dell'accesso, abbattuti da una folla crescente di *newcomers*, giovani e adulti; estensione dell'area del reclutamento, sia in senso territoriale (la provincia) sia in senso sociale (i ceti piccolo-borghesi e popolari): sembrerebbero queste le caratteristiche marcatamente distintive della fase che sta di recente attraversando la professione giornalistica. I processi di estensione, e in qualche misura di democratizzazione, sarebbero in sé da valutare positivamente, se alcuni aspetti concomitanti non introducessero motivi di forte perplessità: la contrazione della presenza femminile, ad esempio, e soprattutto il più ridotto ammontare del capitale scolastico (sia in generale, sia nel passaggio alle ultime generazioni e dai contesti urbani alla provincia).

Ma è probabile - e auspicabile - che tutto ciò sia almeno in parte il segno e il frutto di una fase di transizione, in cui sembra prioritaria, ed è forse perfino ragionevole, una *policy* di pacificazione: consentire un ingresso generalizzato, un po' alla rinfusa, anche a costo di abbassare i profili. Innalzare i profili è invece esattamente la posta in gioco; esaurita la transizione, e una volta diffuse e consolidate le iniziative di formazione che cominciano a nascere, dovrebbe essere infine possibile realizzarla.

I GIORNALISTI ITALIANI TRA VECCHIE E NUOVE SUBALTERNITÀ

1. Premessa

Prendo le mosse dalle parole di uno studioso francese, Fernand Terrou, che ho collocato come chiusa della mia *Storia del giornalismo italiano* (1986), perché definiscono l'essenza della libertà di informazione in un sistema liberal-capitalistico quale è il nostro.

Scrisse Terrou:

La libertà d'informazione sarà sempre molto relativa: implicherà sempre la costante ricerca di un equilibrio instabile tra le necessità di ordine sociale, le imprese dei padroni favorite dalle tecniche, e le forze della libertà. Ma tutto dobbiamo fare per raggiungere questo equilibrio poiché la posta in gioco è un diritto fondamentale dell'uomo, il diritto di informare e di esprimersi, il diritto di essere uomo che conosce e fa conoscere.

La ricerca per individuare le condizioni di «subalternità» in cui hanno operato in passato e operano oggi i giornalisti e i media, vuoi per motivi di forza maggiore vuoi per convenienza o per scelta, e di misurare il grado di libertà di informazione e di espressione, deve essere rapportata quindi a «equilibri instabili» (oppure, se si preferisce, a «squilibri altrettanto instabili»); e, naturalmente, va rapportata inoltre a quell'insieme di processi che sbrigativamente chiamiamo l'evoluzione dei tempi.

A queste difficoltà di ordine generale se ne aggiungono altre.

Derivano, in primo luogo, dalla divisione del campo dei media in settori distinti - i giornali, la radio e la televisione - e dalle diversificazioni all'interno dei tre settori. Queste diversificazioni sono numerose e marcate anche nel sistema dei mezzi d'informazione del nostro paese.

In sostanza, da decenni abbiamo a che fare con «dei giornalismo» e non con «il giornalismo» (e si dovrebbe anche dire «con delle editorie» e non «con l'editoria»).

Altre difficoltà nella ricerca nascono dal fatto che le condizioni di «subalternità» - in quanto a tipi e in quanto a peso - sono prodotte da fattori disparati. Per cominciare, da tutti quelli che - per evitare di dilungarmi nella premessa - possiamo definire legati alla storia del nostro paese, quella generale e quelle dei ceti intellettuali e del gior-

nalismo; fino ai condizionamenti che prendono il posto di quelli tramontati in seguito alle trasformazioni politiche, sociali, economiche oppure che sono legati ai mutamenti delle mentalità e delle mode.

Tra i fattori di «subalternità» colloco, infine, l'autocensura (dei singoli e dei media) che è una condizione piuttosto diffusa e che sovente è generata da cause psicologiche difficili da sceverare.

2. *Termini per i confronti*

La complessità del tema «subalternità», per la discrezionalità delle valutazioni e i rischi di approssimazioni, consiglia di delimitare il campo di osservazione e di riflessione: scegliendo poi alcuni punti di riferimento nelle intense vicende del giornalismo italiano dopo il ritorno della libertà e procedendo attraverso una catalogazione degli aspetti più evidenti del tema.

Il campo che scelgo è quello dei quotidiani d'informazione e dei telegiornali del servizio pubblico. Appare il più adeguato per la forte presenza di contenuti politici ed economici, da sempre i più condizionati da interessi esterni. (Anche se ritengo di conoscere bene quali e quanti condizionamenti esistono in altri ambiti della carta stampata e della produzione televisiva).

I punti di riferimento - senza alcuna pretesa di puntualizzazioni cronologiche - sono gli anni Cinquanta, gli anni Settanta e la fase odierna. Per gli anni Cinquanta, penso alle contraddizioni fra il manifestarsi del primo *boom* economico e dello straordinario sviluppo industriale, che tolsero l'Italia dal novero dei paesi a prevalenza agricola, alle spinte di modernizzazione (magari con qualche aspetto selvaggio) portate dalla motorizzazione e dalla televisione e, per contro, ai condizionamenti informativi dei media che erano tanto marcati da poter parlare di un conformismo quasi generalizzato. Per gli anni Settanta penso, naturalmente, a quel giornalismo di attacco che prosperò per un certo tempo e alla carica ideologica che ne permeò buona parte.

3. *Cinque aspetti*

Gli aspetti che catalogo (a titolo sperimentale) riguardano: 1) Accesso e professionalità; 2) Comportamenti padronali, o di controllo,

e poteri dei giornalisti; 3) Rapporti con le fonti principali; 4) I giornalisti e la politica; 5) Spirito e mentalità della categoria.

Accesso e professionalità

Al di là del riconoscimento legislativo della professione (1963), che ha previsto l'esame di Stato al termine del praticantato, le vie dell'accesso non sono molto cambiate. Almeno fino al 1990, come vedremo tra poco.

Prima va sottolineato il fatto che l'esame di Stato ormai è messo in discussione da tutti, compresi i dirigenti dell'Ordine, ma che finora è mancata la volontà necessaria per arrivare a una riforma della legge istitutiva dell'ordine professionale. A mio avviso, oltre alla questione dell'esame, è l'Ordine stesso che va messo in discussione e reso non obbligatorio perché, in una situazione occupazionale e retributiva assai diversa da quella in cui è stato istituito, l'intrinseco carattere corporativo di questa istituzione è sempre più manifesto.

In precedenza, ho citato il 1990 perché solo in quell'anno sono state aperte tre scuole di giornalismo riconosciute dall'Ordine come sostitutive del praticantato (ma non dell'esame, ovviamente). Come aveva indicato l'esperienza della scuola promossa circa quindici anni fa dall'Ordine della Lombardia, si apre una via di accesso diversa per dei giovani che si sono preparati per un biennio. Tuttavia, fino al 1990, questa via è stata percorsa da pochi giovani. Per cui finora sono state le vecchie pratiche della cooptazione, delle conoscenze e delle raccomandazioni a determinare la scelta della maggior parte della schiera sempre più folta di praticanti che ha la possibilità di diventare professionista.

Va inoltre tenuto conto che da molti anni è tramontata la consuetudine della trasmissione orale in redazione dai vecchi ai giovani dei rudimenti basilari della pratica professionale.

In quanto all'aggiornamento professionale e specialistico, il settore editoriale è tuttora caratterizzato da un bassissimo livello di investimento. Le iniziative intraprese si possono definire sporadiche.

D'altra parte, sono ben pochi i giornalisti professionisti che chiedono corsi o seminari di approfondimento e di specializzazione.

Si è parlato molto di professionalità negli ultimi anni, e se ne continuerà a parlare forse troppo perché impegni seri per dare maggior concretezza alla professionalità, fino a farne uno dei supporti del ruolo sociale del giornalista, se ne sono visti ben pochi.

In sostanza, a una promozione professionale da bottega artigiana

ma ancorata a sperimentali consuetudini, si è passati a una promozione più rapida ma non ben definibile, che appare sorretta soprattutto dall'imitazione individuale piuttosto che da tradizioni di équipe o di impresa e certamente distante dai compiti sociali dei media e dallo sviluppo tecnologico.

Inoltre, se tra i giornalisti delle ultime leve è diffusa quella capacità di capire la politica che trenta o quarant'anni fa era scarsa, è anche vero che il bagaglio culturale di molti risente della crisi della scolarizzazione, a livello medio superiore soprattutto, e delle tendenze a trascurare la conoscenza del passato anche recente e la ricerca della precisione. Nello stesso tempo, la complessità dell'economia e della politica richiede maggiori competenze specialistiche.

In conclusione, mi sembra evidente che le condizioni dell'accesso e della professionalità restino tuttora fonti di «subalternità» alle quali ritengo che contribuisca anche l'esistenza di un Ordine professionale obbligatorio.

Comportamento degli editori e poteri dei giornalisti

Sotto questi profili, la situazione appare addirittura capovolta rispetto agli anni Cinquanta. L'editore non è più un padrone assoluto e, nella maggior parte dei casi, invisibile; che ha di fronte giornalisti docili, che riconoscono come indiscutibile il potere che la proprietà esercita attraverso il direttore responsabile. Ma se consideriamo che anche i capitani d'industria non si comportano più come «padroni delle ferriere»; siamo in presenza di mutamenti che si sono manifestati nell'intero mondo del lavoro, sia pure con portata diversa da settore a settore.

L'editore ha preso atto che la pluralità dei media - politica o concorrenziale (ma in Italia le due cose sovente si intrecciano) - e le richieste che provengono da buona parte dell'opinione pubblica non consentono più né un conformismo diffuso, tipo anni Cinquanta, né la «censura del cestino», cioè la non pubblicazione di notizie non gradite.

Inoltre, sono cambiate l'organizzazione del lavoro redazionale che, però, subisce condizionamenti di tipo diverso in conseguenza delle moderne tecnologie computerizzate, e la concezione della personalità professionale del giornalista nel quadro di un'opera collettiva. Ma anche in questi casi occorre ricordare che i mutamenti sociali sono stati diffusi.

La valutazione complessiva, in un confronto fra la situazione degli

anni Cinquanta e quella odierna, si chiude a netto vantaggio di quest'ultima, come appare chiaro dai dati che ho ricordato.

Il tramonto di certi modelli centralistici di ispirazione autoritaria e di certe condizioni di «subalternità» in merito alla personalità più o meno autonoma del giornalista, non hanno trasformato radicalmente la gestione dei media e quindi i condizionamenti da proprietà. Anzi, l'impulso straordinario sia della carta stampata sia delle televisioni, accoppiate nel primo caso da debolezze strutturali ancora diffuse, ha fatto lievitare due fattori che sono fonti direi primarie di «subalternità». Parlo delle trasformazioni nel tipo di proprietà dominanti oggi, correlate ai processi di concentrazione, e dell'accresciuto peso finanziario degli introiti pubblicitari nei bilanci dei media.

Basterà ricordare che i maggiori gruppi dell'editoria appartengono a imprenditori che hanno molteplici e spesso preminenti interessi extra-editoriali. Esempi classici la FIAT, la CIR, la Fininvest.

Nel settore televisivo sappiamo per esperienza quotidiana che il controllo dei telegiornali della RAI, nazionali e locali, è nelle mani dei capi dei tre maggiori partiti. Invece, per un giudizio sicuro sull'informazione fornita dalle reti di Silvio Berlusconi sarà opportuno attendere la partenza dei telegiornali trasmessi in diretta; ma sono noti i legami che intercorrono fra il re delle televisioni private, il Partito Socialista e influenti settori della Democrazia Cristiana.

Sui condizionamenti derivanti dal peso degli introiti pubblicitari è superfluo soffermarsi, basta ricordare che, nel settore delle concessioni, il tasso di concentrazione è molto elevato e che stretti sono i legami fra i grandi inserzionisti che possono esercitare anche pressioni collettive. Va, però, ricordato che su questi temi gli organismi della categoria, Federazione nazionale della stampa italiana e Ordine, hanno svolto azioni concrete per contrastare l'influenza della pubblicità sull'informazione.

Da poco, soprattutto in televisione e al di fuori dei telegiornali, ha preso avvio la pratica delle sponsorizzazioni: si tratta di una nuova fonte di condizionamenti dai quali non resterà immune una parte non marginale dei prodotti giornalistici; ma che non dovrebbe incidere, si spera, sull'informazione quotidiana.

I diritti dei giornalisti all'interno delle redazioni sono notevolmente cresciuti dal 1970 in poi, attraverso le rinnovazioni del contratto nazionale e di quelle aziendali, a cominciare dal più importante che è quello dei giornalisti della RAI.

Ma non sempre, i Comitati di redazione sono disposti ad esercita-

re questi diritti, come si è visto dopo la grave crisi che ha colpito il Gruppo Rizzoli-Corriere della Sera all'inizio degli anni Ottanta. I recenti segnali di difficoltà economiche della carta stampata stanno portando ad altre manifestazioni di disinteresse, al di là delle questioni retributive.

In alcuni casi, invece, si è arrivati alla stipula di una Carta dei diritti dei giornalisti ma appare ancora improbabile la realizzazione, preconizzata da anni in Italia e in Francia, di Statuti dell'impresa editoriale che assicurino ai giornalisti non dico un'autonoma gestione giornalistica dell'impresa stessa ma una partecipazione concreta (ovviamente fatta anche di doveri).

Poteri esterni all'impresa, cioè sul pubblico, i giornalisti ne hanno.

Nella maggior parte dei casi sono il frutto di accordi, magari taciti, fra la testata e il singolo. Talvolta derivano dal carattere corporativo della categoria che esercita la libertà di giudizio sulle altre categorie e la evita su sé stessa.

Rapporti con le fonti principali

Di fronte alle più importanti fonti dell'informazione, quelle politiche e quelle economico-finanziarie, oggi è molto diffusa la condizione di subalternità della testata e dei singoli. Delle tre fasi che abbiamo scelto come punto di riferimento per i confronti, solo quella di mezzo - gli anni Settanta - presenta condizioni ridotte di «subalternità» del giornalismo di informazione alle fonti politiche ed economiche.

Nel giornalismo praticato in quegli anni da vari media dominò la tendenza all'investigazione e alla denuncia anche con aperture a voci contestatrici del sistema (sindacati, movimenti, personalità come Pier Paolo Pasolini). Tuttavia, nel giornalismo di quell'epoca pesano molto le spinte ideologiche e la politicizzazione.

La diffusa «subalternità» odierna alle fonti di cui stiamo parlando si spiega in diversi modi. Dipende dalla proprietà dei media, dai grandi inserzionisti, da appartenenze e propensioni partitiche, da condizioni di inferiorità nelle competenze, da pigrizie o da scarso attaccamento ai principi della professione.

Se si potessero calcolare il numero delle informazioni non controllate adeguatamente prima di pubblicarle e quello dei comunicati e delle «veline» delle imprese o di agenzie compiacenti che finiscono direttamente in pagina o sui teleschermi, sono convinto che si arriverebbe a cifre rilevanti.

Detto tutto ciò, va però tenuto conto che in Italia la trasparenza delle fonti istituzionali o, comunque, basilari, di gruppo o individuali, non è sufficientemente garantita né da norme ad hoc né dal rispetto di principi deontologici e dell'etica comune.

I giornalisti e la politica

Nonostante i cenni che ne abbiamo già fatto, ritengo che questo aspetto meriti qualche riferimento meno sommario. Il motivo principale, a mio avviso, è che in questo aspetto dell'attività giornalistica si nota maggiormente la scarsa o nulla consapevolezza dei giornalisti per il loro ruolo sociale. In altre parole, nel giornalismo di politica interna il distacco dall'oggetto o soggetto di cui si sta occupando il cronista o il commentatore è di molto limitato. Quindi, oltre alle appartenenze all'area di questo o quel partito e di simpatie per questo o quell'uomo politico, può indurre a «subalternità» il fatto che il giornalista si consideri un politico magari più abile del politico col quale sta parlando.

Va detto, per completezza, che questo distacco fra il giornalista e l'oggetto del suo lavoro manca o è limitato in molti altri settori, a cominciare da quello dello sport.

Spirito e mentalità della categoria

Come ho già sottolineato, il carattere principale delle spinte associative della categoria è corporativo mentre, nell'azione rivendicativa contrattuale, la ricerca di garanzie di sicurezze occupazionali precede o si intreccia con le richieste retributive.

Queste ultime trovano poi alimento nella diffusa tendenza a risolvere nelle aziende questioni non finanziarie con scelte che nel gergo sindacale si chiamano di «monetizzazione».

Con tutta la considerazione che i problemi della sicurezza debbono avere, penso da tempo che un mestiere come quello giornalistico abbia bisogno, oltre che di talento e di competenze, anche di una certa mobilità, compensata da retribuzioni buone di base e con più alti guadagni per i più bravi.

Nelle condizioni di sviluppo in cui si trova oggi l'Italia (anche se mal governato) e con lo sviluppo e la varietà che ha raggiunto il mondo dei media, ci si deve chiedere se queste tendenze corporative non incoraggino condizioni favorevoli alle subalternità. Ricordiamoci che per molto tempo la categoria ha premuto per interventi

pubblici a sostegno dei media e che permane il rischio che tali richieste si ripetano.

La mia risposta è affermativa: anche queste tendenze protettive, non limitate unicamente al giornalismo e meno marcate o assenti in paesi più avanzati del nostro, favoriscono il maturare di «subalter-nità».

Non ricordo più chi ha definito «individualismo di massa», l'attuale mentalità dominante tra i giornalisti italiani. Se mi legge mi scuso per la dimenticanza. Faccio mia la definizione perché la contraddizione che esprime risulta una coabitazione fruttuosa per gran parte dei giornalisti italiani.

PARTE SECONDA LE PISTE DELLA TRASFORMAZIONE

Il processo di trasformazione è un processo di cambiamento che si svolge in modo continuo e progressivo. È un processo che coinvolge tutti gli aspetti della vita umana, dalla vita materiale alla vita spirituale. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine.

Il processo di trasformazione è un processo di cambiamento che si svolge in modo continuo e progressivo. È un processo che coinvolge tutti gli aspetti della vita umana, dalla vita materiale alla vita spirituale. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine.

Il processo di trasformazione è un processo di cambiamento che si svolge in modo continuo e progressivo. È un processo che coinvolge tutti gli aspetti della vita umana, dalla vita materiale alla vita spirituale. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine.

Il processo di trasformazione è un processo di cambiamento che si svolge in modo continuo e progressivo. È un processo che coinvolge tutti gli aspetti della vita umana, dalla vita materiale alla vita spirituale. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine. È un processo che si svolge in modo continuo e progressivo, e che non ha mai fine.

IL SATELLITE E LO STRILLONE

Il ruolo della stampa scritta nell'età dell'immagine

Annunciato ogni notte dal grido delle sirene antimissile, uno spettacolo misterioso e bizzarro andava in scena regolarmente negli alberghi d'Arabia Saudita dove era accampata la stampa internazionale, in quella fine inverno alla frontiera della guerra. Al risuonare del primo ululato, due processioni di uomini e donne si incamminavano a passo svelto per le scale degli hotel, marciando in direzioni opposte. Una parte di loro, imprecaando in almeno una dozzina di lingue diverse, arrancava lungo le scale di sicurezza rese obbligate dal blocco degli ascensori, verso le terrazze del tetto. Un'altra parte, echeggiando la stessa babele del turpiloquio, correva in discesa verso i rifugi nelle cantine.

All'apparenza, nulla distingueva quei due cortei, non la nazionalità, non l'aspetto discinto, non l'età, o il sesso o la condizione fisica. La tessera gialla e verde dell'accreditamento ufficiale saudita li identificava istantaneamente come inviati di guerra, dunque neppure la professione poteva spiegare il perché di quella reazione diametralmente opposta. Forse erano coraggiosi contro fifoni? No, perché il pericolo era identico, e l'unica vera scelta era quella, molto opinabile, fra la morte del sorcio negli scantinati e quella a cielo aperto, sul tetto. Erano veterani di guerra contro matricole? Nemmeno, perché nessuno è mai davvero un «veterano» di fronte a un missile balistico in arrivo.

La «chiave» per risolvere il mistero delle processioni opposte era nascosta nel *medium*, nel mezzo di comunicazione. Gli arrampicatori diretti verso il tetto erano i giornalisti, gli operatori, i tecnici delle Tv internazionali in caccia della malvagia e celebre «stella filante» che illuminava le notti d'Arabia e di Palestina in quel febbraio 1991, la traccia dei missili «Scud» contro il buio. I discesisti avviati alle cantine erano invece gli inviati della stampa scritta, per i quali la traccia dello «Scud» e i suoi duelli con i «Patriots» americani erano poco più di una curiosità, e certo non erano una notizia.

Per i «televisivi», l'immagine del missile in cielo era la notizia, era la loro *raison d'être* professionale in quel luogo. Per i giornalisti «scritti», la notizia erano l'impatto del missile, i danni e soprattutto le conseguenze politiche dell'attacco: il loro pubblico, i «clienti-lettori», avrebbero visto la scia dello «Scud» iraqeno, nello stesso istante in

cui l'avrebbero vista loro, se le telecamere fossero riuscite a individuarla nel cielo buio, sul tetto dell'albergo.

1. *Due tecnologie, due stili*

Non è stata certo la guerra d'Arabia, in quella fine inverno 1991, la «epifania», la rivelazione di come ormai il concetto e la professione del «giornalismo» si fossero spezzati definitivamente per dare vita a due filoni avviati in direzioni opposte, come i cortei per le scale degli alberghi sotto il bombardamento. E non è stata neppure, quella, la prima occasione per misurare in maniera diretta quanto diverso sia l'impatto della parola scritta e della immagine sulla percezione degli avvenimenti. Nella storia dell'informazione, e quindi della cultura collettiva, la nuova era del linguaggio visivo era cominciato dal Vietnam, da quella fine degli anni Sessanta che portarono per la prima volta una guerra in casa e sconvolsero la storia politica cogliendo impreparati sia il pubblico che le autorità politiche e militari.

Ma il conflitto nel sud-est asiatico e la sua proiezione televisiva avevano subito le limitazioni oggettive imposte dalla tecnologia dell'epoca, la fine degli anni Sessanta. La videoregistrazione era ancora largamente limitata al lavoro in studio. Le dimensioni ingombranti delle telecamere di allora, la scarsa durata delle batterie, la scadente qualità dei videotapes, e soprattutto la mancanza di satelliti commerciali per le videotrasmissioni, facevano preferire come strumento principe di raccolta delle immagini la cinepresa con la sua tradizionale pellicola a 16 o a 35 millimetri. Per proiettare un servizio sui teleschermi americani, o europei, gli operatori dovevano dunque riprendere le scene al fronte, spedire le pellicole a Tokyo o a Honk Kong per lo sviluppo, montare il filmato alla vecchia moviola con forbice e colla e poi affidare la «pizza» a un aereo di linea o a un jet militare che lo trasportasse negli Stati Uniti o in Europa. Se tutto fosse andato bene, se gli Dei della Tv avessero sorriso su quel giornalista o quell'operatore, il servizio sarebbe andato in onda con tre giorni di ritardo rispetto all'avvenimento che descriveva.

La gerarchia temporale classifica fra i mezzi di informazione del tardo XX Secolo - prima la radio, con la sua immediatezza in «tempo reale», secondi i quotidiani con una sfasatura di 6 ore minime fra la trasmissione dell'articolo e l'uscita in edicola, terza la Tv, quarti e ultimi i settimanali e i periodici - era ancora rispettata in quei tardi an-

ni Sessanta. Certamente, le emozioni suscitate dalle riprese sul campo di Marines morenti, di villaggi barbaramente incendiati, di profughi coperti di piaghe da napalm, di esecuzioni sommarie di sospetti e prigionieri, già oltrepassavano drasticamente il più modesto potere evocativo della parola stampata. Ma in qualche modo, le immagini della Tv dal Vietnam potevano ancora apparire come un corredo, un'amplificazione, una proiezione del testo scritto dai giornalisti dei quotidiani.

Walter Cronkite, il leggendario *anchorman*, l'uomo-perno dei telegiornali americani della CBS, decise di andare a vedere la guerra di persona dopo aver letto le prime corrispondenze critiche dei grandi giornali americani, e tornò dall'Indocina con una serie di servizi filmati che «confermarono», come disse lui stesso, l'impressione che la guerra stesse andando malissimo per il corpo di spedizione americano. Dunque, la Tv era ancora, e per l'ultima volta, ancella della carta stampata, ansiosa di confermare, sostanziare e dare vita con le proprie immagini ai reportages dei giornalisti.

Ventitre anni dopo, nel passaggio dalla giungla tropicale asiatica al deserto d'Arabia, dalle pizze spedite per via aerea all'antenna portatile e apribile come un ombrello per il collegamento con il satellite, la «serva» era divenuta «padrona» e i ruoli del dramma informativo globale si erano completamente invertiti. La gerarchia temporale si era rovesciata a favore della Tv, relegando la radio al ruolo di «sorellina cieca», come dicono sprezzantemente gli uomini video e i giornali a quello di lento, distaccatissimo inseguitore. E il capovolgimento della gerarchia temporale aveva portato con sé una nuova gerarchia d'influenza sull'opinione pubblica. Non soltanto la stampa scritta era partita per la guerra del Golfo Persico sapendo di dovere seguire forzatamente la traccia lasciata dalle telecamere negli occhi e nella immaginazione del pubblico. Non soltanto gli inviati dei giornali sapevano di non potersi neppure illudere di fare concorrenza alla Tv sul piano della tempestività informativa e della notizia. In più, molto in più, gli schermi televisivi erano divenuti il vero campo di battaglia sul quale le parti in lotta avrebbero condotto una parte essenziale della loro guerra.

George Will, un intelligente e ascoltato commentatore americano di ispirazione conservatrice, è arrivato a chiedersi se la «guerra guerreggiata nella penisola Arabica, quella combattuta a cannonate, non fosse soltanto la manifestazione fenomenologica della vera guerra, quella che Bush, Saddam, gli arabi e l'Occidente si andavano sfer-

rando attraverso le antenne paraboliche dei satelliti». E se c'è un elemento paradossale, volutamente provocatorio in questa frase, in essa c'è molta più verità di quella che si possa credere.

Ripensiamo al terribile episodio del bombardamento del rifugio anti-aereo a Bagdad, nel quale morirono molti civili innocenti: quando le bombe penetrarono le pareti di cemento, la prima preoccupazione del governo iraqueno fu di mandare a prendere i giornalisti televisivi, i reporters della rete americana CNN, dall'albergo in cui erano confinati e portarli con le loro telecamere sul luogo del massacro, perché tutto il mondo potesse vedere gli effetti della «aggressione imperialista e sionista». Ricorda Peter Arnett, il cronista reso famoso nel mondo dai reportages sul tetto (il tetto, appunto...) dell'albergo Al Rashid di Bagdad, che lui e i suoi cameramen arrivarono al rifugio fumante di rovine «prima dei soccorritori». Quei morti e feriti erano divenuti, di fatto, soldati nella guerra televisiva, dunque caduti nella battaglia delle immagini.

Non sono stati, è ovvio, né la guerra nel Golfo, né l'avvento della trasmissione istantanea di immagini a inventare la propaganda bellica o a creare dal nulla l'arma della suggestione come surrogato dei cannoni. Giulio Cesare non ha certo atteso i satelliti per scrivere il suo *De Bello Gallico*, Silvio Pellico non ha aspettato la CNN per attizzare il patriottismo irredentista degli italiani e Goebbels e la sua Leni Riefenstahl sapevano usare assai bene l'arma delle immagini, come la seppe usare Hollywood nell'alimentare prima il «pericolo giallo» nel Pacifico e poi il «pericolo rosso» in Europa. Le novità imposte dalle tecnologie contemporanee non sono certo nelle intenzioni, che sono quelle di sempre e puntano a catturare i cuori e le menti, prima che a distruggere i corpi degli avversari, per vincere le guerre. Le novità sono negli effetti delle nuove tecnologie di comunicazione, talmente dirompenti da trasformarsi in cause.

Fra le tante, citiamone due che ci serviranno a mettere a fuoco meglio il problema del rapporto fra stampa-scritta e stampa-elettronica: «l'effetto di compressione» e «l'effetto circolare». La compressione spazio-temporale dell'informazione (o della propaganda) rispetto agli avvenimenti che essa dovrebbe raccontare è la più facile da misurare. Vediamo: la notizia delle vittorie in Gallia di Caio Giulio Cesare impiegò settimane per raggiungere Roma e verosimilmente mesi perché si diffondesse in ogni abitato della Repubblica. La notizia dell'assassinio di Abramo Lincoln, una sera del 1865 in un teatro di Washington, richiese esattamente 18 giorni per arrivare a Londra e

apparire sui quotidiani inglesi, avendo dovuto attraversare l'Atlantico per mare. La morte di John F. Kennedy a Dallas, nel 1963, impiegò 190 secondi, tre minuti e 10 secondi per arrivare al pubblico americano, il tempo necessario perché il dispaccio urgente della agenzia Associated Press arrivasse alle stazioni radio e Tv, perché i programmi normali venissero interrotti e gli annunciatori dicessero alla nazione: «*President Kennedy is dead*», il presidente è morto.

La notizia del bombardamento di Bagdad, il 17 gennaio 1991, è arrivata alla Casa Bianca, nello studio privato dove il Presidente Bush teneva accese le sue televisioni sintonizzate su vari canali, «prima» che i generali e gli aviatori impegnati nell'attacco avessero comunicato a lui, il *Commander in Chief*, l'inizio dell'operazione. Certamente Bush sapeva che la guerra era cominciata, né poteva non saperlo avendo lui stesso dato l'ordine d'attacco. Ma quando tre giornalisti della «Cable News Network», la CNN gridarono dalla loro stanza d'albergo a Bagdad «...sentiamo dei tonfi, vediamo tracce di proiettili nel cielo, è cominciata, è cominciata la guerra...», George Bush non sapeva ancora che le avanguardie degli stormi avevano raggiunto l'obiettivo. Lo ha appreso dalla Tv, lui come un qualsiasi cittadino sintonizzato sulla CNN negli Usa, in Europa, in un albergo di Tokyo o di Mosca od ovunque arrivi, in 130 nazioni del pianeta, il segnale del satellite.

La compressione temporale è dunque arrivata al punto di prendere d'anticipo gli stessi protagonisti del fatto riportato, e di mettere sullo stesso piano «spazio-temporale» gli attori e gli spettatori del dramma in atto. Dal Cesare che con tempo, comodo e senno del poi, racconta ai suoi contemporanei quel che vuol raccontare della campagna nelle Gallie, al Bush che deve guardare sullo stesso schermo disponibile a tutti il risultato militare delle sue decisioni politiche, il salto non è ovviamente solo temporale o quantitativo. Un Bush, a differenza di un Cesare, dovrà condurre la guerra in funzione di come essa sarà ripresa dalla Tv. Lo schermo televisivo diventa così l'elemento condizionante di ogni decisione politica o strategica.

Ancora più sensazionale, e sconvolgente, è però l'altro effetto delle nuove tecnologie, l'«effetto circolare». Grazie all'azzeramento del gap temporale fra «fatto» e «informazione», grazie alla simultaneità tra avvenimenti e immagini e alla praticità delle tecnologie usate, oggi un soldato in guerra può letteralmente vedere sé stesso alla televisione mentre combatte e muore. Solo l'intervento della censura militare - dunque solo una decisione politica e non un ostacolo tec-

nico - ha impedito che i comandanti delle unità iraquene vedessero sullo schermo di una Tv gli effetti dei propri bombardamenti sulle posizioni avversarie. Ma se il combattimento è stato ancora in qualche modo filtrato, il duello politico che aveva preceduto la guerra è stato un avvenimento tutto «circolare».

Tre casi esemplari di «circolarità» della informazione sono da citare. Il primo è quello del Primo ministro turco, Ozal, che ricevette una telefonata da George Bush mentre lo stava osservando sullo schermo Tv, via satellite, nel momento in cui si accingeva a chiamare la Turchia dalla Casa Bianca. Il secondo è il caso di un reporter della CNN costretto a fare anticamera nello studio del Presidente egiziano Osni Mubarak perché l'uomo di Stato stava guardando proprio la stessa CNN che doveva intervistarlo. Mubarak poté assistere, sul suo televisore, al dialogo concitato fra lo studio centrale di Atlanta e l'inviato nell'anticamera che giustificava il ritardo dell'intervista col fatto che il Presidente stava guardando la Tv. Il capo di Stato egiziano aprì la porta dello studio, oltre la quale il reporter stava trasmettendo le informazioni ad Atlanta che lui guardava sullo schermo al Cairo e lo fece subito passare. Il terzo caso era quello di Saddam Hussein, che seguiva le trasmissioni americane dai suoi bunker per sapere che cosa stesse accadendo alle proprie unità al fronte, tagliate fuori da settimane di bombardamenti alleati alle linee di comunicazione. Negli ultimi giorni di guerra, l'unica fonte di informazioni per il «rais» di Bagdad erano le radio e le Tv del nemico. La «circolarità» dell'informazione via satellite aveva raggiunto la sua apoteosi surrealistica e vertiginosa; il mondo ha smesso di «guardare» la televisione: ora il mondo «si» guarda alla Tv.

2. Darwin in redazione

Se questa è la situazione, se la tecnologia della comunicazione oggi mette in collegamento istantaneo il fruitore e il produttore della notizia in una sorta di *living theatre* senza distinzioni apparenti fra pubblico e palcoscenico, al giornalismo della parola scritta non resta in apparenza altro che sdraiarsi e morire, cercando al massimo di prolungare la propria agonia storica. Neppure il miglior cronista con taccuino può sognarsi di battere il collega con la *minicam*, la telecamera portatile al «gioco delle W doppie», il *who-what-where-when*, il chi-cosa-dove-quando che dovrebbero costituire l'essenza dell'infor-

mazione secondo le buone norme anglosassoni. E nessun giornale, per quanto prestigioso o internazionalmente noto, può veramente competere con le grandi reti televisive quando si tratta di intervistare personalità di rilievo. La *audience* offerta da una Tv sarà sempre più grande del circolo dei lettori di un giornale e il soggetto intervistato si sentirà più sicuro - senza contare la vanità - di non essere male interpretato o distorto attraverso un videoregistratore che non attraverso il taccuino di un reporter.

Qualunque reporter, inviato speciale, cronista onesto confesserà la crescente frustrazione di dover lavorare in concorrenza con giornalisti televisivi ai quali vanno ormai tutte le attenzioni, le cure, le notorietà, mentre soltanto le briciole restano a loro. E' un fatto ormai noto e ammesso, ad esempio, che la *schedule*, il programma di un viaggio ufficiale del Presidente americano viene compilata in funzione delle esigenze materiali e temporali delle Tv americane. Ed è certamente più di una coincidenza se le due più importanti azioni militari lanciate dal governo americano, il bombardamento su Tripoli e il bombardamento su Bagdad, hanno coinciso con l'andata in onda dei telegiornali della sera in America, alle 19, ora di massimo ascolto televisivo.

E le impressioni soggettive, le testimonianze dei giornalisti, sono ampiamente confermate dalle valutazioni private di ciascuno di noi e dalle indicazioni socio-statistiche. Negli Stati Uniti, dove il mercato dell'informazione è meno inquinato da distorsioni politiche o statali e quindi sociologicamente più indicativo, in sondaggi dicono che ormai il 75% di coloro che si interessano all'attualità ricevono le notizie dalla Tv, il 15% dalla radio (quasi sempre sotto forma di autradio nel doppio tragitto da e verso casa) e soltanto un minuscolo 10% considera ancora il quotidiano come la sua fonte primaria di informazione. Persino in Italia, dove pure la Tv di Stato offre un servizio giornalistico quantitativamente limitato rispetto agli USA e ingessato dai partiti, ci sono ben poche notizie importanti che un lettore scopra leggendo il giornale del mattino e che non abbia già sentito la sera prima.

Ne sono coscienti per primi i giornalisti, naturalmente, che hanno dovuto accettare *bon gré mal gré* la propria sudditanza in materia di notizie. In ogni redazione di giornale, alla sera, si fa silenzio quando squillano le note della sigla di apertura dei telegiornali, perché direttori e capi servizio devono sapere che cosa «dà la televisione». Il criterio selettivo dei tre TG nazionali, la qualità dei loro servizi, la scala

dei valori che essi hanno applicato ai fatti del giorno non sono certo le più corrette, non sono neppure necessariamente condivise dai responsabili di «Repubblica», o del «Corriere» o della «Nazione» che li ascoltano. Anzi, spesso la «scaletta» del TG suscita grida di collera ed esclamazioni di disgusto da parte di quei giornalisti. Ma questo non importa.

Ciò che conta è che nessun quotidiano che andrà in edicola il mattino dopo, può permettersi il lusso di prescindere le proprie scelte da ciò che i TG hanno mandato in onda la sera prima, perché i lettori-ascoltatori avranno ricevuto la loro prima infarinatura di notizie da quegli stessi TG. Il «teorema di Cronkite» che andò in Vietnam nel '68 per seguire e verificare quando scritto dai colleghi della carta stampata si è dunque completamente rovesciato. Dice oggi il successore dello stesso Cronkite, il nuovo *anchorman* della CBS Dan Rather: «quando cominciai a fare il telegiornale della sera, decidevamo i servizi in funzione di quel che il «New York Times» aveva scritto la mattina. Adesso è il «New York Times» che deve preoccuparsi di quel che noi mandiamo in onda la sera».

Ma se la macchina dell'informazione di massa è ormai così perdutamente sbilanciata a favore dell'elettronica, se il pubblico riceve le sue notizie, la sua «impressione di realtà» dal tubo catodico e attraverso quest'ultimo il mondo dialoga, negozia e si fa la guerra, perché mai la stampa scritta, i giornali, persino i settimanali non sono ancora scomparsi ed essi danno, anzi, segni di grande vitalità in quasi tutte le nazioni? Il pessimista potrebbe rispondere che neppure le carrozze a cavalli scomparvero dalla sera alla mattina e la transizione dal traino animale al motore a combustione interna richiese due generazioni, fra l'invenzione di Daimler in Germania e l'assemblaggio in serie del «modello Ford tipo T» a Detroit. Dunque bisogna evitare le conclusioni sul tipo di quelle raggiunte dal fabbricante inglese di calessi che, prima di suicidarsi in rovina, proclamò: «ci sarà sempre qualcuno che preferirà il bel sedere di un cavallo al puzzolente tubo di scappamento di un motore».

Un osservatore italiano sarebbe invece tentato di spiegare la sopravvivenza, la prosperità del giornalismo stampato da noi, con l'arretratezza della nostra informazione televisiva e il suo ferreo asservimento a un potere politico che garantisce spazi colossali di manovra ai quotidiani non - o meno - lottizzati. Nonostante gli sforzi di molti e bravissimi giornalisti della RAI, nel suo complesso l'informazione Tv italiana è talmente inquinata dal controllo partitico e dal paterna-

lismo «prefettizio» delle commissioni di vigilanza da non rappresentare un metro accettabile di giudizio sulla concorrenza storica fra Stampa e Tv.

Eppure né il pessimismo indotto dal precedente delle carrozze, né la straordinarietà del «caso italiano» sono riferimenti che soddisfanno la nostra domanda iniziale sul perché, nonostante tutto, la carta stampata ancora regga e prosperi. L'informazione televisiva non è nella sua infanzia, al contrario. Ogni casa possiede di fatto un apparecchio televisivo, o ha accesso a uno, negli USA come in Giappone o in Europa. Negli Stati Uniti, il «boom» del teleschermo risale al 1954, quando un attore disoccupato di nome Ronald Reagan presentava «l'appuntamento settimanale con il teatro» sponsorizzato dalla Generale Electric e il pubblico delle sale cinematografiche, in quello stesso anno, si dimezzò, anticipando quel che sarebbe accaduto più tardi in Italia con il primo «Lascia o Raddoppia».

Da tempo, in più, la saturazione dei notiziari Tv è totale e non ci sono margini per espanderla. Negli Stati Uniti sono in funzione, a far data oggi, 24 ore su 24, due canali di notizie generali - la CNN (news e servizi vari), la CNN Headline News (flash di notizie brevi) - un canale esclusivamente di previsioni meteorologiche, un canale di notizie e dirette sportive, due canali di informazioni economico-finanziarie, un canale di divulgazione medica. Fanno sette canali dedicati totalmente a notizie e informazioni di vario genere, le stesse che si potrebbero trovare sparse nelle pagine di un giornale, più le sette od otto ore quotidiane di notiziari locali e generali messi in onda dalle tre networks. E proprio mentre scrivo queste righe all'inizio di maggio 1991, un altro canale via cavo di notizie, prodotto dal «Christian Science Monitor» di Boston sta entrando in funzione. E otto.

Dunque la spiegazione della sopravvivenza e della prosperità della stampa scritta non può essere cercata nel ritardo della concorrenza elettronica o nell'esistenza di spazi informativi non ancora coperti dalle antenne e dai cavi. La Tv ha da tempo superato lo stadio del «modello T», e i giornali sono ben oltre l'agonia delle carrozze. Di fatto, è accaduto qualcosa che una generazione fa pochissimi avevano saputo prevedere: le varie forme di «media» non si sono affatto divorate a vicenda ma al contrario hanno imparato, darwinianamente, ad adattarsi l'una con l'altra e convivere, sia in termini culturali che economici.

Il processo di aggiustamento, pagato quasi tutto dal *medium* più

vecchio, la stampa scritta, è stato - e continua a essere - difficile, a tratti doloroso, ed è costato la vita a gloriosi «dinosauri» dell'informazione, dal settimanale «Life» negli USA al quotidiano di New York «Herald Tribune» (da non confondere con la testata internazionale oggi in circolazione) per arrivare alla leggendaria «Domenica del Corriere» in Italia. Centinaia di testate del pomeriggio, i giornali che uscivano nello stretto spazio fra i giornali del mattino e la marea dei telegiornali della sera, hanno chiuso, ovunque, e le pochissime ancora in vita (in Italia «Stampa Sera» a Torino e «La Notte» a Milano) devono battersi per sopravvivere. Molte hanno dovuto abbandonare la loro storica indipendenza proprietaria per agglutinarsi sotto il controllo di catene, come in America la Knight-Ridder o la Gannet e in Italia il Gruppo FIAT e i suoi «sindacati di azionisti» («Corriere della Sera», «Stampa», «Stampa Sera», «Gazzetta dello Sport»), il Gruppo Monti («Carlino», «Nazione», «Tempo»), il Gruppo Gardini («Messaggero», «Italia Oggi»).

Ma l'animale stampa uscito dal confronto con il mezzo Tv è oggi una creatura più aggressiva, per molti aspetti più vitale e soprattutto, molto più camaleontica e perciò umile, anche se questo aggettivo mal sembra adattarsi alla pelle di una corporazione vanitosa e arrogante. Incapace ormai di dominare la foresta informativa, come faceva un tempo, la stampa scritta ha imparato ad evitare lo scontro frontale e a vivere in maniera sinergica, talvolta parassitica, nei confronti del mezzo elettronico.

E' stata un'autentica mutazione genetica, le cui chiavi maggiori sono due: sotto il profilo economico, una chiave è stata quella stessa tecnologia avanzata, elettronica, che minacciava di distruggerla. Grazie all'introduzione dei calcolatori nella produzione industriale del quotidiano e alla concentrazione prioritaria di alcune testate, i costi del lavoro sono stati compressi drammaticamente, restituendo agli editori margini di profittabilità insperati ancora negli anni Settanta.

Si può dire senza esagerazione, che il calcolatore elettronico ha salvato l'editoria della stampa scritta dall'estinzione. Molti, e falsi miti, sono nati attorno al computer. Per esempio, non è vero affatto che esso renda più facile e più rapido il lavoro per i redattori, siano essi seduti a una scrivania d'ufficio in sede, o in giro per il mondo. Al contrario, tra il periodo di apprendimento e la rigidità esecutiva del cervello elettronico che non consente i piccoli, innumerevoli aggiustamenti artigianali e «a orecchio» delle vecchie tipografie e reda-

zioni, la produzione, la trasmissione, il trattamento dei testi è spesso più macchinosa e faticosa di una volta, e gli orari - le famigerate *deadlines*, il tempo massimo per inviare un pezzo - ancora più in trattabili. Tutti sanno che non si discute né si negozia con una *microchip*. In più, scrivere sulla tastiera di un computer, anche se portatile, anche se tecnicamente meravigliosa, non ha mai trasformato un giornalista asino in un Indro Montanelli. Come dicono gli americani, il calcolatore è una macchina imparziale, che funziona secondo il principio ferreo del «GI-GO»: «*Garbage In-Garbage Out*»: se spazzatura ci entra, spazzatura ne esce.

Il vero, grande vantaggio della computerizzazione è stata l'economicità, la possibilità cioè di ridurre salari e posti di lavoro in tipografia e di accrescere per multipli di 3 o 4 volte la produttività complessiva dell'azienda editoriale. Ne hanno fatto le spese i tipografi, e non i giornalisti, secondo una ricetta socialmente crudele, forse iniqua, ma - questa sì - davvero paragonabile al duello fra auto e carrozza. I tipografi erano gli orgogliosi depositari di un'arte antica, sostanzialmente immutata nei suoi canoni dalla bibbia a caratteri mobili di Gutenberg. Chi scrive, conserva tra i suoi ricordi l'ammirazione, e la gratitudine per i vecchi «proto» (così si chiamavano i capi reparto in tipografia) che rimediavano con la loro abilità manuale agli errori di impaginazione commessi dai giornalisti, lavorando di scalpello e pinza. La cosiddetta composizione «a freddo», attraverso il computer, dei caratteri di stampa, opposta alla «composizione a caldo» con il piombo fuso dei vecchi giornali, ha distrutto irrimediabilmente, e forse per sempre, la loro arte. Oggi, in teoria e in pratica, un giornale può essere scritto, impaginato, stampato tutto da una sola persona con un solo computer e una stampante laser, titoli e fotografie comprese.

Ma nessun risparmio contabile e nessuna innovazione tecnologica avrebbero da sole garantito la sopravvivenza dei quotidiani di carta nell'età del quotidiano a elettroni, senza che l'aspetto creativo, vale a dire la concezione del giornale, non fosse cambiata di pari passo. L'altra chiave della mutazione fondamentale è stata infatti nella sostanza editoriale offerta dai giornalisti al pubblico.

Come in tutti i processi evolutivi, la debolezza di una specie animale è la forza di un'altra e molto rapidamente - forse inconsciamente - i giornali «stampati» hanno intuito l'esistenza di una profonda debolezza nell'armatura dell'avversario elettronico. Alla televisione, dotata di tanti e imbattibili strumenti, manca infatti un piccolo,

ma importante elemento: l'abilità di fotografare e trasmettere il «perché» delle cose. Nessuno può battere la telecamera quando si tratta di offrire il «come-chi-quando-dove». Ma la stessa telecamera incontra difficoltà insormontabili quando deve spiegare «perché» quel fatto, quella tragedia, quell'incontro sono avvenuti.

La ragione è ovvia: le spiegazioni, i «perché» della cronaca e della storia, e di conseguenza i problemi che stanno all'origine dei fatti, raramente si possono tradurre in immagini e quando ci si prova, il risultato è frequentemente superficiale, insoddisfacente o noioso. Un servizio Tv «racconterà» magnificamente bene, ad esempio, l'ultima dimostrazione di bambini palestinesi contro i soldati israeliani, porterà nelle vostre case il sangue, la polvere, la tensione dell'Intifadeh, la rivolta palestinese. Ma perché tanto odio reciproco? Perché quei bambini rischiano la vita a sassate? Ancora: nessuna penna darà mai l'emozione che offrono le immagini di una superstrada a due livelli crollata e schiacciata come un sandwich nella San Francisco del terremoto 1989. Ma perché quella strada è crollata? Quali errori di progettazione stavano dietro alla catastrofe? Quali corruzioni ne avevano permesso l'edificazione?

Il giornalismo Tv può naturalmente spiegare e domandare, ma per farlo deve abbandonare il suo terreno privilegiato - l'immagine - e ricorrere a un terreno che non gli è proprio e sul quale si deve battere ad armi pari con il giornalismo scritto: la parola. Ecco allora il dibattito, l'editoriale in Tv, l'inchiesta e l'intervista con l'esperto che portano a galla la grande debolezza intrinseca della comunicazione visiva: la difficoltà di concentrare l'attenzione di uno spettatore qualsiasi per un periodo di tempo prolungato, sulla voce di una persona che spiega e che non può «tornare indietro» e ripetere il concetto o la frase, se questi non vengono afferrati. Un lettore può leggere un articolo dalla fine, saltabeccare, leggere e rileggere fino a che ne capisce il senso. Uno spettatore non ha questo privilegio, a meno che voglia armeggiare con videoregistratori e telecomandi per ore, e se perde un passaggio cruciale o l'inizio di un'intervista o di una dichiarazione spesso è condannato a non capire nulla o a frastendere.

Gli americani hanno cercato di risolvere il problema dell'*attention span*, lo spazio di attenzione del fruitore, con la compressione al massimo dell'uso della parole nel famoso, e famigerato, «bocconcino da 20 secondi». Un politico, uno storico, un esperto dovrebbero spiegare in 20 secondi idee, programmi, problemi complessi, e il ri-

sultato è spesso di una deprimente superficialità. Il dibattito politico americano, costretto a questa camicia di forza, somiglia infatti sempre più a un duello di slogan pubblicitari e sempre meno all'esame serio di problemi seri. Altri enti televisivi, come la RAI che non ha preoccupazioni di tempi essendo il suo tempo pagato obbligatoriamente dai contribuenti, cercano di lasciare più spazio e tempo alle dichiarazioni approfondite, e l'esito è sovente la noia più tenebrosa.

Ma anche quando una Tv riesce, attraverso regie e personalità particolarmente abili, a offrire occasioni di approfondimento, affiora un altro limite obiettivo, e davvero insuperabile, del mezzo elettronico: l'«overdose». Studi ormai numerosi, avvertono che nelle società dove i «mass media» sono più sviluppati, il bombardamento informativo sta mandando in corto circuito la nostra capacità di assorbire e digerire notizie. Uno spettatore americano che voglia seguire i notiziari Tv arriva a sera con la testa rimbombante di immagini, voci, parole, cose che spesso si accumulano e si sovrappongono senza alcuna scansione logica né qualitativa. La scansione sequenziale, temporale, del giornalismo televisivo crea un *continuum* di messaggi frastornanti e disordinati. Che cosa è più importante, oggi: la catastrofe marittima che ho sentito alla mattina o lo scandalo politico della sera? L'andamento del dollaro a mezzogiorno o la rivolta indipendentista di un'altra repubblica sovietica raccontata alla sera? Le elezioni o il buco nella fascia di ozono?

Nella natura stessa del mezzo, si apre dunque un paradosso che nessuna televisione ha saputo, né forse può risolvere. Se privilegia sempre l'immagine sulla spiegazione, cade in un giornalismo superficiale, di intrattenimento, di *fluff*, aria fritta, tendenzialmente portato al «leggero»: è chiaro infatti che il grande pubblico preferirà sempre le immagini della principessa incinta a quelle dei bambini etiopi morienti di inedia, e la Tv, ancora più dell'editoria, è un «business» di grandi numeri. Se invece la Tv affianca diligentemente a ogni immagine la sua brava spiegazione/inchiesta, se approfondisce la fenomenologia dei fatti cercandone le cause, si condanna alla *gravitas*, a una certa pesantezza e apre spazio ai concorrenti più spregiudicati e meno pensosi.

In questo paradosso inconciliabile, il giornale del «mattino dopo» ha trovato un primo spazio per la sua rivincita. Non darà magari notizie nuove né inedite, ma renderà al lettore un servizio prezioso e unico: riporterà, con il suo ritmo fisiologico di pagine, di caratteri diversi, di lunghezza degli articoli, una parvenza di ordine logico nel

caos primordiale dell'informazione grezza rovesciata dal teleschermo il giorno prima. Quel fascio di carta palpabile, sensualmente posseduto fra le dita, quelle pagine che si lasciano sfogliare, manipolare, leggere e rileggere docilmente, divengono una zattera - per quanto fragile, per quanto discutibile - nell'oceano dei fatti quotidiani. Il lettore riacquisterà l'apparenza di un «controllo» individuale sul flusso dei fatti, tornerà ad essere il padrone e non lo schiavo della sequenza informativa. Si può aprire il giornale dalle pagine sportive e finire con la «prima» senza perdere nulla. Si può deporre il giornale e riprenderlo in mano più tardi. Chi accende la Tv a notiziario avviato, si condanna a perdere l'inizio o ad aspettare fino alla edizione successiva.

La prova di questa «schiavitù» imposta dal mezzo televisivo è venuta negli Stati Uniti con l'esplosione del videoregistratore domestico, il cui primo impiego sta proprio nel *time-shifting*, nel funzionare da macchina del tempo che sottrae l'ascoltatore agli orari imposti da una Tv che deve essere, per forza «sequenziale». Ma se questo funziona a meraviglia con un film, un varietà, un documentario che possono essere gustati in qualunque momento libero, lo «sfasamento temporale» non funziona affatto con le notizie: guardare un telegiornale registrato tre o quattro ore dopo la sua messa in onda, attraverso una videocassetta, significa distruggere proprio l'immediatezza fatto-notizia, il brivido della diretta con gli avvenimenti e quindi svuotare la sostanza dell'informazione televisiva. Per i telegiornali e per chi li guarda, vale la famosa regola del grande chef Brillat-Savarin per il *soufflé*: «meglio mai che tardi».

Per rispondere a questa domanda nuova di «riordino» e di «interpretazione» della cronaca quotidiana, il giornale scritto ha dovuto farsi grandi esami di coscienza e mutare a fondo. Dal vecchio modo di fare giornalismo, che partiva dal presupposto della «verginità» del lettore, si è dovuti con grande fatica e con vario successo, arrivare a un giornalismo che deve riconoscere la «liberazione» dello stesso lettore dalla tirannide della carta stampata. Venti anni or sono, un quotidiano poteva uscire al mattino annunciando: «Oggi si vota la fiducia al nuovo governo». Adesso, il giornale deve, o dovrebbe, sapere che questa è storia vecchia per il lettore e sforzarsi di superare la notizia. Ecco allora apparire, sulla prima pagina di «Repubblica» nel giorno dell'insediamento di un nuovo governo Andreotti nell'aprile 1991 questo titolo eloquente: «Che governo d'Egitto».

Si può naturalmente respingere o condividere il durissimo giudi-

zio dei responsabili di «Repubblica» quel giorno, ma il punto del nostro ragionamento non è l'essere pro o contro Giulio Andreotti: è riconoscere in quella titolazione, assolutamente impensabile, assolutamente intollerabile una generazione fa, e sicuramente partigiana, lo sforzo di ricomporre le notizie e i fatti del giorno precedente in un giudizio unificante e comprensibile per il lettore già informato: il governo che nasce oggi (fatto noto) è un pessimo governo (interpretazione riassuntiva).

Proprio il successo del quotidiano «Repubblica», coinciso con il momento di più forte esplosione dell'età «elettronica», fra il 1976 e il 1990 è stato il prodotto, e quindi la dimostrazione esplicita del mutamento «genetico» della stampa scritta posta di fronte alla mortale sfida televisiva. La «Repubblica» era figlia primogenita di un settimanale («L'Espresso»), quindi aveva nella sua memoria storica l'esperienza di giornalisti già avvezzi a fare nei confronti dei quotidiani quello che oggi i quotidiani devono fare nei confronti della Tv, giocare in ritardo, «reinventare» con cadenza settimanale una realtà già battuta dai giornali. Inoltre, il giornale di Eugenio Scalfari aveva il grande vantaggio di essere nuovo, quindi di non portare alcun «bagaglio», come invece altre testate di grande tradizione, come il «Corriere» o «La Stampa» avevano e che pur dovevano rispettare.

Non sono affatto certo che i fondatori di «Repubblica» avessero come loro intenzione esplicita quella di fare un giornale sulla nuova misura dell'età televisiva. Anzi, soggettivamente, essi vi diranno di aver pensato a un quotidiano di «impegno civile», di «critica laica», a un «punto di riferimento per la sinistra italiana». Ma il risultato è stato quello di produrre un giornale che ha svolto esattamente quella funzione di «riordinatore» e di «organizzatore» della confusione notiziaria quotidiana creata dal boom dell'informazione diffusa. L'intenzione poteva essere ideologica («la sinistra», il «laicismo», «l'Italia per bene», etc., etc.). Gli strumenti a volte eccessivi e forzati, nella pretesa di giudicare ogni cosa e di prevedere tutto. Ma l'effetto è stato di grande modernità «post televisiva» e aver dimostrato che il giornalismo scritto aveva un futuro anche oltre le antenne, se avesse saputo trovare il linguaggio e la formula giusti.

Non è stato, quello di «Repubblica» il solo esempio di efficace controffensiva della carta contro l'elettrone. Altri direttori intelligenti hanno scoperto nicchie di sopravvivenza e di prosperità, dalla informazione locale, ancora largamente disattesa dalle Tv, all'inseguimento di interessi settoriali - finanza, cultura, spettacoli - che ha

portato alla proliferazione di inserti e aggiunte alle pagine normali. Contemporaneamente, è esplosa la moda/dogma del «giornale popolare», vale a dire di una informazione più facile, più vicina ai veri (o presunti) interessi privati dei lettori e meno cattedratica di quella praticata in passato, e l'essere «popolari» sembra aver sostituito in ogni redazione l'antico verbo dell'essere distaccati e autorevoli. Ciascuno ha reinterpretato il «verbo» secondo sensibilità e mezzi, dando vita a formule di giornalismo «popolar-chic», «popolar-volgare», «popolar-divulgativo», «popolar-utilitarista» e «popolar-porno», come testimonia il dilagare di anatomie femminili e maschili su settimanali, contrabbandate da inchieste sulla «nuova coppia», «l'amore nell'anno 2000» o gli «italiani e la donna». E se è vero che tutta la stampa internazionale con pochissime eccezioni (penso all'austero «Le Monde» che infatti attraversa da tempo una fortissima crisi) ha abbracciato il nuovo dogma del «giornalismo pop», la sua traduzione in Italia presenta spesso aspetti sgradevoli, prodotto di un giornalismo che resta da noi storicamente aristocratico ed elitista, proiettato dall'alto verso il basso, pedagogico e quindi spesso confonde il «popolare» con la concezione di quel che le élites pensano il «popolino» desideri.

La «morale», tuttavia, è la stessa per tutti. Aniché accettare il destino dei fabbricanti di carrozze davanti al motore a scoppio, i giornali hanno trovato un futuro in un'altra forma di evoluzione, per la quale occorre forse pensare a un diverso riferimento storico. La condizione del giornalista scritto di fronte alla concorrenza televisiva richiama alla mente la condizione delle arti figurative a cavallo del XX Secolo, di fronte alla scoperta della fotografia alla fine del XIX Secolo. Il lungo sforzo di catturare la realtà compiuto dai pittori attraverso i secoli non era dissimile dalla secolare fatica di approssimazione della realtà cronistica fatta dai giornalisti che doveva tentare di costruire immagini con parole. L'avvento della fotografia e della Tv in diretta via satellite hanno reso futili gli sforzi del realismo pittorico e della fedeltà cronistica, costringendo sia gli artigiani della parola che quelli dei colori a reinventarsi un ruolo o a scomparire.

Non intendo certo mettere qui sullo stesso piano un Picasso e un cronista di nera, un Moore o un De Kooning e un inviato speciale, né voglio sconfinare in una discussione su che cosa sia, o non sia, arte. Eppure modesti redattori di giornali come grandi maestri della pittura hanno dovuto frantumare gli elementi della loro professione, raccoglierne i cocci frantumati dai nuovi «media» espressivi e ricomporre le rispettive forme di espressione cominciando un processo di

ricerca che è soltanto all'inizio. Né è nato, nel settore dell'informazione, una sorta di giornalismo «astratto», che sempre più astrae dalla riproduzione cronista della realtà, lasciata ai videonastri degli operatori Tv. Il pericolo ovvio è che l'astrazione si trasformi in una semplice fuga in avanti, o in un comodo pretesto per scavalcare la grammatica e la sintassi dell'informazione (per non dire della lingua stessa) e dimenticare le necessità «figurative» che stanno alla base di ogni comunicazione giornalistica. Nessuno, neppure i più accaniti detrattori della pittura contemporanea, ha mai potuto accusare Picasso, o Mondrian di non saper disegnare o tracciare un volto umano.

3. Il mestiere di scrivere

Tutte queste considerazioni di storia della cultura e di prassi dell'informazione di massa non aiutano un giornalista a scrivere una sola riga al proprio schermo di computer. Studiare il rapporto con la Tv sotto il profilo delle strategie editoriali e della prospettiva storica è un conto. Tradurlo invece nel momento minimo e individuale della scrittura e della concezione del servizio è tutt'altra storia.

Anche in questa età di produzione giornalistica di massa, fortemente razionalizzata in termini industriali, di marketing e di diffusione, il mestiere del giornalista mantiene una natura artigianale, «personale» che ha confronti, appunto, nel mondo dell'arte e dello sport, e certo contribuisce al mito del mestiere. Come su un campo di calcio o su un palcoscenico lirico, qualsiasi preparazione, teorizzazione, strategia varrà soltanto se quel centravanti saprà colpire la palla bene nell'istante decisivo o che quel soprano non sbaglierà la nota della romanza finale, così nessun direttore, né tanto meno nessun massmediologo, potrà sostituirsi al redattore o all'inviato nel momento della sua interpretazione. Ogni regista, ogni generale, ogni allenatore sa perfettamente che la sua équipe vale soltanto quanto l'elemento o il reparto più debole.

Ne consegue che è impossibile, o disonesto, proporre un set di formule generalizzate o universali che valgano per ogni giornalista «scritto». Le variazioni individuali di preparazione, esperienze, talento sono così ampie da non permettere la compilazione di «prontuari» professionali validi per tutti e in tutte le occasioni che sono, per antonomasia, infinite. In questo sta il limite universale delle scuole che

cercano di insegnare giornalismo. Esse riescono infatti ottimamente a insegnare la storia, la prassi, l'etica e l'estetica della professione, ma rarissimamente possono preparare alla professione stessa.

I giornalisti della mia generazione «di mezzo», nati ancora nell'età del dominio della stampa scritta e arrivati a maturità sotto l'ombra dominatrice dell'antenna, hanno dovuto scoprire e misurarsi da soli con la rivoluzione informativa. I nostri «maestri» ci avevano insegnato, empiricamente, il rigore fattuale della cronaca, il «chi-come-dove-quando» e avevano tentato di vaccinarci contro la tentazione del soggettivismo (proibito l'uso del pronome «io») e dell'interpretazione («non sei pagato per pensare, ma per riferire» mi diceva il mio primo direttore). Come nella bottega di un pittore rinascimentale, così nelle redazioni la ricerca era quella di una assoluta perfezione figurativa, attraverso il rispetto di canoni severi dai quali solo le personalità più brillanti sarebbero riuscite a trasparire, ma sempre con grande discrezione e all'interno del canone.

La mia «Damasco», la scoperta della inadeguatezza dei vecchi canoni nella nuova situazione concorrenziale, fu un'improbabile città del Midwest americano, Kansas City, dove «La Stampa» mi aveva inviato per seguire il Congresso del Partito repubblicano nell'agosto del 1976, e il duello fra i due concorrenti alla nomina per la Casa Bianca, il Presidente in carica Gerald Ford e uno sconosciuto attorcolo con idee di destra che aveva osato sfidarlo, tale Ronald Reagan. Le votazioni per scegliere il candidato da opporre a colui che avrebbe poi vinto la corsa, il democratico Jimmy Carter, si protrassero fino al tardo pomeriggio, quindi fino a notte fonda in Italia, oltre il limite utile per la pubblicazione sul giornale del mattino dopo.

Il voto finale della «*Convention*» - una vittoria di misura per Ford - arrivò alle 9 di sera ora di Kansas City, le 5 del mattino dopo in Italia, quando le prime copie già sono nelle edicole della stazione. Troppo tardi. E il taccuino fitto di dichiarazioni, di calcoli di maggioranza, di esiti parziali, di mosse e contromosse fra Ford e Reagan che tenevo in tasca, pesava come un mattone inutile. A Kansas City era un lunedì sera. In Italia era già un martedì mattina e di lì a pochi minuti, coi giornali radio dell'alba, poi coi telegiornali di mezzogiorno, del pomeriggio, della sera e della notte gli italiani, fra i quali naturalmente anche gli acquirenti della «Stampa», avrebbero saputo tutto quel che volevano sapere sulla vittoria di Ford. Se io avessi scritto il servizio per il quale ero stato inviato al Congresso (*I repubblicani scelgono Ford, sconfitto Reagan il candidato di Hollywood*) per il

giornale di mercoledì, sarei arrivato non con uno, ma con due giorni di ritardo sul fatto e sulla concorrenza elettronica. Tv e radio, favorite anche dalla differenza oraria, erano inavvicinabili.

Dovetti dunque fare violenza a ogni istinto e a ogni addestramento professionale, accantonare come secondaria e scontata la notizia principale, ma già vecchia, della vittoria di Ford per cercare un angolo diverso di visione, ancora vitale. Ricordo che ebbi fortuna e scelsi di concentrarmi sullo sconfitto, anziché, come era ovvio e come avrebbe fatto la maggior parte dei miei colleghi/concorrenti, sul vincitore, quel Ronald Reagan che la stampa americana aveva svillaneggiato come un buffone di destra destinato al tramonto e a me era parso un personaggio con enorme seguito e grande avvenire, dopo averlo seguito attraverso paesetti e città americane per qualche settimana, tra grandi manifestazioni di entusiasmo popolare.

Per caso, per forza, empiricamente, avevo scoperto la necessità di ricondizionare i miei riflessi pavloviani di giornalista - chi? dove? come? quando? - per impararne dei nuovi e aggirare o superare la barriera invincibile della concorrenza Tv. Quale argomento poteva essere ancora inedito? Quale punto di vista importante sarebbe stato trascurato dai miei concorrenti? Quale personaggio magari minore, ma emblematico della situazione e di sviluppi futuri poteva meritare lo spazio e la fatica di un articolo? Quali spiegazioni potevano essere utili ai lettori dei giornali per capire il senso degli avvenimenti, oltre la cronaca del giorno? E, soprattutto, che cosa poteva suscitare il loro interesse e stimolare la loro curiosità di pubblico già informato e *blasé*?

Il concetto stesso di «notizia» e dunque di *«reportage»* ci era esploso fra le mani ed era cambiato per sempre. Grandi giornalisti, in quegli anni, si stavano misurando con lo stesso problema e stavano uscendo con soluzioni diverse dal dilemma di fare giornalismo prescindendo dalla sua sostanza, dal «fatto» nudo e crudo. Per citarne solo alcuni, Giampaolo Pansa batteva la strada del racconto fiabesco della politica internazionale, fra «balene bianche» e «bottegone rosse», per renderla comprensibile e disperante. Indro Montanelli lanciava i suoi feroci e personalissimi articoli-pamphlet contro i politici («il signor rieccolo, Amintore Fanfani»). Eugenio Scalfari invocava la perenne fenice della «coscienza laica e di sinistra italiana» come sorta di equazione all'infinito e utopica della miseria politica reale. Vittorio Gorresio usava il grimaldello dell'ironia per scardinare la corruzione del costume politico nazionale. Enzo Biagi ricorreva alla sua

vena di *paterfamilias* addolorato ma affettuoso verso la nostra Italia. Alberto Ronchey cercava conforto e speranza nella cultura «liberal» europea, Giorgio Bocca nell'esperienza partigiana.

Da loro, e dagli altri bravi che erano riusciti a reinventare un giornalismo capace di sopravvivere alla mazzata della Tv, emerge una serie di indicazioni pratiche a posteriori le quali - se non sono certo una ricetta universale - aiutano a capire quali strade stia seguendo «la penna» nel suo duello con la «telecamera». Vediamole.

Il linguaggio metaforico. Vietato alle telecamere, che non possono filmare «metafore», ma solo cose e persone concrete, esso funziona da moltiplicatore, da zoom mentale per chi scrive e legge. Per questo i quotidiani ne hanno fatto un uso crescente, a volte ossessivo. Usato con prudenza, e con gusto, è un efficacissimo «teleobiettivo» e un potente evocatore. Pensiamo soltanto al successo delle metafore sportive di Gianni Brera, al famoso «abatino» usato per distruggere Gianni Rivera. Abusato, il linguaggio metaforico diviene inevitabilmente, e stucchevolmente manieristico.

Il dettaglio emblematico. In modo simile all'uso del linguaggio metaforico, la «messa a fuoco» di un dettaglio riesce difficile alla telecamera, che eccelle nelle visioni di insieme e nelle panoramiche, ed è invece perfettamente agibile agli scrittori per attirare l'attenzione e spiegare induttivamente una realtà più grande. Al vertice Reagan-Gorbaciov di Rejkjavik, in Islanda nel 1985, un incontro frettolosamente convocato e organizzato per mettere un freno al riarmo nucleare, venni a sapere che i negoziatori delle due potenze, costretti a lavorare in una piccola casa, non avevano trovato di meglio per discutere in pace, della stanza da bagno, dove si erano riuniti sedendo sul bordo della vasca, in terra e naturalmente sulla tazza. Poteva essere un dettaglio inutile, ma di fatto esso rendeva in maniera splendida il clima di approssimazione, di improvvisazione, ma anche di sincera ricerca di intesa, che aveva caratterizzato il summit fra USA e URSS e lo utilizzai come *lead* del mio servizio. Un altro caso: in un suo straordinario articolo sul funerale di Papa Paolo VI, Alberto Cavallari trascurò quasi completamente la cronaca della cerimonia, che la Tv riprendeva in diretta e descrisse minuziosamente la tomba, il sepolcro buio e solenne nel ventre di San Pietro che stava per accogliere il corpo del Pontefice. «Sbagliato» secondo i vecchi canoni della cronaca perché non dava conto della giornata di lutto,

il servizio di Cavallari era invece perfetto per il nuovo mondo dei «mass media». C'era più senso di morte, e di eternità ecclesiale, nel suo «dettaglio emblematico» che nelle ore di rituali e di formule funerarie riprese dalla RAI.

La soggettività. Un tempo considerata una violazione cardinale dell'etica professionale, un'infrazione al dogma per altro sempre stuprato della obiettività, essa è divenuta, nelle mani di chi la sa usare, un'arma per avvicinare il lettore al fatto narrato e farlo entrare «dentro» le situazioni che ha visto o sentito citare alla radio e alla Tv. I giornali, che per molti anni preferivano non firmare gli articoli, o firmare con grande parsimonia, vi fanno ormai un ricorso massiccio: mezzo secolo fa si scriveva: «un dispaccio dal fronte ci perviene...». Oggi i quotidiani gridano: «il nostro inviato fra le rovine di Kuwait City ci racconta...».

La scrittura. Disprezzato e temuto dopo il ventennio fascista come figlio bastardo della retorica dannunziana e della propaganda di regime, il «bello scrivere» è stato riscoperto con foga dai giornali in lotta con la Tv. Più che la specializzazione, molto di moda 20 o 30 anni or sono, il saper scrivere è tornato in auge e i giornali si contendono le «buone penne» per applicarle poi ai settori informativi, siano essi lo sport, l'economia, la politica. La buona scrittura è divenuta elemento di marketing, un mezzo per vendere il prodotto-giornale e persino i giornali americani, tradizionalmente legati alla prosa asciutta e fattuale, la stanno riscoprendo. In un'epoca di forte appiattimento del linguaggio comune attraverso il deperimento scolastico e (di nuovo) la Tv, molti lettori ritrovano il piacere di leggere una prosa buona, od originale.

La chiarezza. In un universo informativo ridotto in pillole temporali di pochi secondi e ingombro di messaggi fino all'«overdose», nessun giornalista che voglia sopravvivere può pretendere di costringere il lettore all'esegesi del suo scritto, come uno scolaro alle prese con la *Divina Commedia*. Il linguaggio oscuro, allusivo, per iniziati, così tipico del giornalismo di altri tempi, ha ceduto il passo a una comunicazione più immediata e godibile. Un tempo, i giornalisti scrivevano per essere letti da altri giornalisti e da personaggi importanti, in una tenzone di addetti ai lavori. Oggi si deve scrivere per i lettori o si è condannati a perderli. La funzione interpretativa e riordinativa del

giornale, della quale parlavamo prima, si adempie attraverso la massima chiarezza.

La prospettiva «umana». Di fronte al dilagare delle interviste con Grandi Personaggi, che stanno divenendo quasi un monopolio della Tv, la stampa ha scoperto l'utilità di avvicinare e ascoltare le voci della gente qualsiasi, di personaggi minori e magari anonimi, ma rappresentativi di una particolare situazione politica o umana. Alcuni anni or sono, «Il Giorno» di Milano ebbe grande successo intervistando non il Sindaco o il Presidente, ma il Salumiere, la Portinaia, il Tranviere. E' in fondo un'altra versione del «dettaglio emblematico», un modo di vedere la realtà dal basso e dal piccolo. Dai luoghi, insomma, dove la gente normalmente la vede.

La polemica. Per la sua universalità, e la sua penetrazione profonda della società, la Tv si presta male al sostenimento di polemiche e di «cause» politiche. Un telegiornale troppo polemico, o parziale può incuriosire, divertire anche, ma sul lungo periodo affatica e disturba. Negli Stati Uniti, il migliore fra i giornalisti televisivi *anchormen*, Dan Rather della CBS, ha perso punti e ascolto nella lotta con i concorrenti proprio perché la sua dizione, il suo atteggiamento, la proiezione di se stesso appaiono troppo abrasivi e polemici. Al contrario, un quotidiano può permettersi l'arma del contraddittorio anche aspro perché il lettore non è tenuto a subirlo. La Tv, che penetra nell'intimità della nostra casa, deve mantenere un livello di discrezione che i quotidiani - oggetto e non soggetto di possesso - possono anche violare.

L'immagine «vista» contro l'immagine «evocata». Riassumendo in parte alcuni dei punti che abbiamo passato in rassegna, si vede come il giornale, incapace di battersi contro l'immagine esplicita offerta dalla Tv stia cercando la strada dell'immagine evocata attraverso il linguaggio, la metafora, la focalizzazione di dettagli, nella mente di chi legge (e ancora una volta il paragone con le arti figurative e astratte si ripresenta al pensiero). E' in fondo l'ennesimo manifestarsi del duello fra esplicitazione contro interiorizzazione, dell'erotismo contro la pornografia, per fare un paragone osé. Ma in pratica, è la tecnica da tempo ben chiara e usata dai maestri della comunicazione come Alfred Hitchcock. I suoi film, ricchi di tensione più psicologica che carnale, sono divenuti classici. I film dell'«orrore», grondanti san-

gue e cadaveri, non sopravvivono al brivido del momento. La strada della comunicazione scritta - e dunque cieca - non può allora che essere quella indicata da Hitchcock. Scavalcare gli occhi e fare appello alle menti di chi guarda.

4. Miti e miserie del «nostro inviato speciale»

Insieme con i giornalisti sportivi, che sono stati i primi a doversi misurare con la concorrenza spietata della «diretta Tv» e a farne a volte le spese (i meno giovani ricorderanno il rapido tramonto di Nicolò Carosio, quando la telecamera mise in crisi le sue radiocronache fantasiose), i corrispondenti e gli inviati dall'estero sono stati tra i più esposti all'esplosione delle *news* elettroniche. Per generazioni, dai grandi Barzini, Malaparte, Piovene, essi avevano potuto vivere e lavorare nella certezza che nessuno, o pochissimi, dei propri lettori avrebbero mai potuto vedere di persona i luoghi e le situazioni che raccontavano. Accanto a loro, famosi corrispondenti politici dall'estero, come furono Ugo Stille, Ruggiero Orlando, Sandro Volta e altri, potevano svolgere tranquilli la loro funzione di «pastonisti» e «analisti» politici, inviando resoconti chiari e lucidi dalle capitali estere, che i lettori interessati a quei temi erano costretti a leggere se volevano essere al corrente.

Quest'epoca è irrevocabilmente finita in tutto il mondo dove la telecomunicazione si è sviluppata. Ogni inviato internazionale sa, o dovrebbe sapere, che l'età d'oro delle meravigliose bugie da luoghi esotici, delle cronache di guerra scritte in una stanza di albergo con il bicchiere di whisky accanto alla «Lettera 22», o dei semplici riassunti di articoli scritti sulla stampa locale, è tramontata per sempre. Se il luogo, o la situazione, che essi devono raccontare come inviati, è di qualche interesse, possono essere certi che una telecamera ci è già arrivata o ci arriverà presto. Dunque, per fare un esempio estremo, non si può raccontare che l'Iraq ha vinto la guerra, o le divisioni americane sono alle porte di Bagdad, perché si verrà rapidamente sbugiardati. Mentre l'economicità e la facilità dei trasporti hanno aperto tutte le rotte internazionali anche ai turisti del viaggio organizzato.

In più, la presenza ormai diffusa delle Tv americane via satellite, la trasmissione in diretta di conferenze stampa, interviste, dichiarazioni da parte di protagonisti del momento, ha in larga misura rotto

l'incantesimo «magico» della professione. I lettori-spettatori e gli inviati sono sempre più ad armi pari, grazie alla Tv che offre loro spesso l'identica materia prima. Se capiscono l'inglese - la «lingua franca» della comunicazione internazionale - e vogliono spendere i pochi soldi necessari a un paraboloide, un'antenna per la ricezione del satellite, essi possono vedere, in diretta, almeno l'80% di quel che vede un inviato in loco. Quando un inviato vi racconterà per esempio di aver seguito il viaggio del Presidente Reagan o Bush a Mosca, vi mentirà: quello che avrà fatto davvero, sarà stato guardare, da una sala stampa di Mosca, le immagini trasmesse dalla telecamera che ha seguito passo passo i capi dello Stato, le stesse che voi avreste potuto vedere attraverso la vostra antenna a parabola.

E' stata un'evoluzione paragonabile all'abbandono del latino nella Messa cattolica, quando i fedeli che non capivano la lingua hanno potuto constatare che il celebrante non pronunciava formule magiche o esorcistiche, ma si limitava a mormorare preghiere e invocazioni fondate su un miracolo fatto non già di parole, ma di fede. Con l'avvento della televisione, la «santa messa» del vecchio giornalismo è finita e tra i fedeli-lettori e i celebranti-giornalisti, è caduta ogni barriera mistica. Il miracolo dell'informazione, quando avviene, è, come avrebbe detto lo scrittore cattolico George Bernanos nel suo *Diario di un curato di campagna*, «un miracolo fatto da uomini, e da donne, con le mani vuote».

In passato, la materia prima dell'informazione, sulla quale il giornalista elaborava il suo articolo, era riservata a lui, come appunto la conoscenza delle formule sacre era riservata a sacerdoti, stregoni e sciamani. Nel segreto delle loro sacrestie-redazioni, gli estensori di articoli e gli inviati consultavano le agenzie di stampa che trasmettevano soltanto per i giornali i fatti nudi e crudi della giornata. Soltanto essi, opportunamente accreditati, approvati, e «ordinati» partecipavano alle conferenze stampa, intervistavano i protagonisti e facevano domande, di fatto a porte chiuse. Se erano scrupolosi, avrebbero verificato le informazioni così ricevute confrontandole con altre fonti di informazione o con i propri occhi e poi ne avrebbero riferito ai lettori. Erano, con diversa abilità e coscienza, il filo che metteva in comunicazione il destinatario finale della notizia, il lettore, con il fatto o la «fonte». Facevano, in sostanza, un lavoro di trasformazione.

Durante la Guerra nel Golfo, che ha messo in collegamento diretto il destinatario con la fonte attraverso conferenze stampa in diretta, collegamenti dal campo di battaglia, *briefing*, informative teletra-

smesse, i lettori hanno potuto vedere praticamente tutto quello che i loro inviati speciali vedevano, soprattutto negli Stati Uniti. Molti di loro sono rimasti delusi dalle mediocrità dei giornalisti, dalla banalità di queste cerimonie. Migliaia di lettere sono arrivate alle redazioni, e agli studi Tv americani, per lamentare la modestia di certe domande, la loro poca insistenza, la scarsa dialettica fra le parti e la noia di quelle schermaglie stampa-funzionari e non pochi ascoltatori suggerivano quali domande sarebbero state invece necessarie e loro avrebbero chiesto.

Quel che i lettori e gli spettatori non potevano sapere e dunque non avevano capito, era che quegli incontri rappresentavano appunto la materia grezza, non il prodotto finito dell'attività giornalistica. Era come (ecco il linguaggio metaforico...) se il cliente di un gioielliere di lusso fosse improvvisamente trasportato nelle miniere di diamanti e vedesse con i propri occhi gli informi pezzi di cristallo che i minatori estraggono e che diverranno molto più tardi la pietra preziosa che brilla sull'anello. Nessuno pagherebbe milioni per acquistare quei detriti e quelle matrici rozze di pietre.

Non voglio certo dire che ogni servizio di inviato sia un «brillante» degno di grandi gioiellerie, tutt'altro. Il problema sollevato dalla messa a confronto diretto fra il materiale ruvido e il fruitore finale, tra il «mito» della professione e la realtà del suo svolgersi quotidiano, è stato quello di illuminare ancora una volta la necessità di trovare un nuovo ruolo al giornalismo scritto, che non può più permettersi il lusso di fungere da filo di comunicazione fra due estremi che sono già in comunicazione fra loro. La sua funzione, è divenuta di guida, di narratore che sa appassionare, di compagno di strada che riesce ad orientare il lettore nel labirinto dei fatti crudi e delle notizie grezze. Essere quindi, in piccolo e individualmente, per il suo specifico compito, quello che il giornale è per la realtà quotidiana. Se ha successo, riuscirà a contenere nella dimensione del racconto, magari favoloso, magari conradiano o hemingwayano, le verità «dure», politiche, sociali, economiche che deve scoprire. Se fallisce, la tentazione ad «editorialeggiare» e a trasformare il racconto in una lezione o in un saggio, inevitabilmente poco documentato per la limitatezza dello spazio, gli prenderà la mano.

Ciascuno di noi, posto di fronte al problema, reagisce come può e sa, secondo i propri mezzi e le proprie sensibilità. Personalmente, sono convinto che un *reportage* ben riuscito, oggi, a causa dell'influenza televisiva, debba avere sempre più l'andamento di una sce-

neggiatura, di un documentario, anziché quella di un bollettino o di un saggio. Un numero sempre più forte di nostri lettori appartiene alle generazioni nuove, cresciute fino dalla più tenera età nella dimensione dell'immagine, e non in quella delle parole e di questo dobbiamo tenere conto. Il problema, che tutti noi dobbiamo affrontare, è quello di conservare la dimensione favolistica e romanzesca del *reportage* fra la *Peste* di Camus e la *Furia* di Steinbeck, senza fare della *fiction*. Nessuno oggi sembra in grado di sottrarsi agli imperativi del «giornalismo spettacolo», un giornalismo di rappresentazione oltre che di presentazione, ma nessuno ne è vittima più della televisione che deve, dalle «sceneggiate» a colpi di schiaffi e vituperi ormai comuni nei *talk show* fino alla costruzione dei servizi degli inviati speciali, sforzarsi di mettere in piedi una «mini produzione» hollywoodiana anche quando la materia non si presterebbe.

Un classico esempio di questa forzatura imposta dal mezzo elettronico fu il terremoto di San Francisco del 1989, dal quale le Tv americane trasmisero immagini di devastazione biblica, attraverso il montaggio, la compressione e la ripetizione delle poche scene di autentica distruzione, mentre gli inviati della stampa scritta, come me, poterono dopo poche ore raccontare ai propri lettori che San Francisco non era affatto morta sotto le macerie e le rovine, pur grandi, erano molto contenute, i telegiornali - schiavi dell'immagine - continuarono nella ricerca delle cicatrici urbane lasciate dal sisma. Ancora una volta si vede quindi con chiarezza abbagliante, come l'obiettivo fotografico eccella nel raccogliere il dettaglio, ma sia in gravissime difficoltà quando deve riprendere l'insieme. E, comunque, non sia mai in grado di fotografare quel che «non» è successo, pur se a volte la vera notizia è proprio questa.

Se è quindi infinitamente più facile di un tempo essere inviati speciali, grazie ai jet, ai telefoni, alle comunicazioni via satellite, è assai più difficile essere buoni inviati, e avere a un tempo la capacità di informare, di interpretare e - nel nuovo imperativo editoriale del momento - quella di intrattenere. Diceva un antico, e famoso direttore della «Stampa» di Torino, Giulio De Benedetti, che nel giornalismo si commettono molti peccati, ma nessuno è mortale e imperdonabile come «il peccato di essere noiosi».

La sfida non è più soltanto quella di trovare notizie, dettagli, angolature giuste, ma di organizzarle in modo attraente e accattivante. Un metodo sicuro per catturare l'attenzione dei lettori è ad esempio il trovare, ovunque si vada e qualunque situazione si affronti, riferi-

menti, allusioni, confronti con la situazione italiana. Una catastrofe ecologica in un fiordo dell'Alaska, come quella della petroliera Exxon Valdez, sarà certo più appassionante per un lettore al quale venga fatto capire che il Mediterraneo non è in fondo altro che un grande fiordo e lo stesso disastro può abbattersi sulle nostre coste, anche senza le foche e i salmoni d'Alaska. La crisi terminale del socialismo cubano, nella lunga agonia del suo straordinario leader, Fidel, susciterà reazioni più profonde nel lettore se si riuscirà a stabilire il parallelo fra il tramonto di quella rivoluzione e le delusioni del leninismo in Europa e in Italia.

Sulla stessa falsariga, diviene cruciale, per chi si rivolge dall'estero al pubblico italiano, scoprire ed evidenziare tendenze culturali, movimenti sociologici in altre nazioni che possano domani riverberarsi all'interno della nostra società e influenzarla. La convinzione ormai diffusa della «globalità», sia essa globalità ecologica, politica o economica, facilita questo compito, anche se talvolta induce ad abbagli, soprattutto dall'America, la forza dominante di questa seconda metà del secolo. Il ribellismo americano degli anni Sessanta, arrivato in Europa attraverso il maggio francese e giunto con l'onda lunga del terrorismo sino alla fine degli anni Settanta, la «rivoluzione conservatrice» e antistatalista incarnata da Reagan, l'esplosione dei «localismi politici» in opposizione al governo centrale, sono solo alcuni dei fenomeni più evidenti che hanno attraversato l'Atlantico da Ovest verso Est e che un inviato avrebbe dovuto vedere e anticipare per il proprio pubblico.

Non sono, queste ultime, caratteristiche tipiche o discriminanti di un giornalista «scritto» rispetto a un giornalista «elettronico». Sono, in ultima analisi, semplicemente le discriminanti fra un buon giornalista e uno mediocre. Ma, ancora una volta, e per l'ultima, nel lavoro di «archeologia del futuro», di escavazione nel materiale greggio per trovarvi granelli di interesse e di tendenze a venire, chi scrive con la penna può essere avvantaggiato rispetto a chi scrive con la telecamera. Noi inviati di quotidiano, non siamo succubi dell'immagine, non abbiamo bisogno del giusto *background*, della illuminazione corretta, del fonico, ci bastano gli occhi e, forse ancora più importanti, come sostiene Indro Montanelli, le «gambe».

Perché quando tutto è stato detto e teorizzato, resta per ogni giornalista la verità inconfutabile che le gambe servono più degli occhi, e un genio che non ha visto varrà sempre meno di un mediocre che ha veduto e toccato di persona la realtà che deve raccontare. Purché

abbia il coraggio, l'umiltà di riconoscersi ignorante quanto il suo lettore, quindi di muoversi ad armi pari con lui nella ricerca di verità ancora sconosciute. Troppo spesso considerato un demiurgo, un semi-dio sospeso fra il cielo delle verità assolute e la terra dei poveri lettori, l'inviato speciale che scrive dovrebbe, a mio parere, sforzarsi in realtà di considerarsi un amico lontano, del quale di tanto in tanto troviamo una lettera personale nella casella della posta. Noi giornalisti della pagina siamo condannati a lavorare da soli. Mentre la ripresa Tv è una fatica collettiva, che coinvolge dietro il volto proiettato sullo schermo operatori, fonici, produttori, assistenti, la scrittura rimane solitudine, come è solitaria la lettura. E' quindi una dimensione di intimità personale, quasi affettuosa quella che si stabilisce fra l'inviato e il suo lettore che la telecamera non ci potrà mai rubare.

O almeno così speriamo.

1. *Giornalisti e Gentiluomini*

Harvard University, Princeton University e Yale University non hanno scuole di giornalismo. I tre atenei dei *Wasp*, i bianchi anglosassoni protestanti che, nonostante tutto, detengono ancora il potere negli Stati Uniti (il Presidente George Bush e sua moglie Barbara sono l'archetipo della famiglia *Wasp*), non ritengono che il giornalismo sia una professione da *gentleman*: l'avvocato, il medico, l'ingegnere, l'uomo d'affari, il docente, sì. Il giornalista no.

Quando il giornalismo e le comunicazioni di massa diventeranno il mestiere più rivoluzionario del secolo Harvard correrà ai ripari istituendo le borse di studio della Nieman: a giornalisti già affermati si permette di studiare per un anno presso il glorioso campus, ma con due ma. Niente diploma ufficiale, il corso non è un Master di laurea e la sottintesa ammissione che insomma, un giornalista a metà carriera, se proprio vuole dirsi arrivato deve leggere qualche libro. Gli altri, si presume ad Harvard, non praticano il genere.

Corsi analoghi sono stati organizzati a Stanford University, in California, a Berkeley. Columbia University ne ha uno dedicato ai giornalisti economici (Walter Badgehot Program), sono tutti estremamente avvincenti, ma tutti condividono l'assunto di partenza: il giornalista resta un po' *grezzo*, deve educarsi. Diventare giornalista e gentiluomo.

A rompere il muro dell'esclusione controcorrente già nel 1913, la Columbia University. Il magnate della carta stampata Joseph Pulitzer aveva offerto una montagna di soldi ad Harvard perché organizzasse una *professional school* di giornalismo, vedendosi sbattere la porta in faccia. L'unico ateneo della Ivy League (la categoria più esclusiva delle facoltà americane, comprendente Harvard, Columbia, Yale, Princeton, Dartmouth, Brown e altri tre atenei) ad accettare la munifica donazione di Pulitzer è dunque Columbia.

Collocato ai confini di Harlem il campus neoclassico di New York offrirà per tutto il Novecento un laboratorio unico agli studenti: Manhattan, il Bronx, Brooklyn, Queens, più tardi le Nazioni Unite, il Metropolitan Theatre, la cultura di Woody Allen e del Greenwich Village, la cronaca nera e la politica locale più truculenta al mondo. In ottanta anni, Columbia diventa il modello e il canone di tutte le

scuole di giornalismo al mondo. Quest'anno la Preside Joan Konner (prima donna a dirigere la scuola) è andata a Praga a organizzare la scuola di giornalismo in quel paese, mentre il decano F.T.C. Yu, dopo avere fondato la televisione nelle isole Fiji¹ ha lavorato in Corea del Sud sul modello Columbia. Il compianto professore dell'Hunter College James Aronson, laureato alla Columbia in giornalismo e premiato come uno degli ex allievi più prestigiosi, fondò la scuola di giornalismo all'Università di Pechino, negli anni del disgelo post-maoista.

La formula Columbia è imitata in quasi tutte le scuole di giornalismo americane e nel mondo. Prima di vederne l'evoluzione attuale e di valutare gli esperimenti alternativi vale la pena dunque di considerare in dettaglio il «caso Columbia»².

2. Come si insegna alla Columbia

La Columbia Graduate School of Journalism è stata fondata da Joseph Pulitzer nel 1912 con l'intenzione di «fissare gli standard di una professione». Pulitzer, emigrato ungherese milionario, aveva alle spalle la frustrante esperienza di Harvard che non aveva giudicato il giornalismo una professione da *gentleman* e perciò aveva rifiutato la donazione di Pulitzer e a tuttoggi non ha una scuola di giornalismo, solo i corsi Nieman di specializzazione per *newsmen* già affermati.

La filosofia che governa il rosso edificio al confine di Broadway è dunque preparare una élite di cronisti che possano emergere nella professione, sempre lavorando con la consapevolezza dell'efficacia di un articolo, della dignità che occorre nello scriverlo e dell'accuratezza necessaria perché lo *standard* della professione sia credibile.

Insegnano tutti i limiti che la regola dell'oggettività impone su un cronista americano, ma insegnano anche come lavorare su quei limiti, renderli duttili, dare un taglio personale al proprio pezzo. Per verificare la severità e l'attenzione di un professore, una volta ho nascosto a pagina quattro di un articolo su una polemica Usa-Urss all'Onu un aggettivo che suonava chiaramente «commento». L'ha scovato e cancellato, è il professor Jim Feron, ex inviato e oggi caporedattore del «New York Times».

Gli studenti sono circa 120, un decimo stranieri. Età media della classe circa 26 anni, con oscillazione tra 23 e 40. E' obbligatorio ave-

re una laurea, naturalmente con buona media, per essere ammessi. Il test per entrare, a parte di lingua per gli stranieri, prevede la stesura di tre saggi, in cui il candidato deve «raccontare» con stile giornalistico la propria vita. E' un test tipicamente americano, occorre essere aggressivi e lucidi, troppa modestia o reticenza condannano alla bocciatura. La selezione è condotta da un pool studenti-docenti, ma il corpo accademico ha l'ultima parola.

Molti docenti hanno *background* giornalistico, molti accademico. C'è tensione tra il Senato di Columbia e la scuola perché il primo tende a privilegiare gli insegnanti che vengono dall'università, la seconda i professionisti dell'informazione. Il valore di Columbia Journalism sta nella delicata combinazione tra intellettuali e operatori, e quando questo squilibrio si rompe (come è accaduto alla fine degli anni Settanta, sono guai).

La scuola dura due semestri, nove mesi, ed è l'unico programma che dia una laurea Master of Science in così poco tempo, proprio perché concentra tutto a favore dei professionisti che non possono perdere troppo tempo. Altre scuole come Hunter College (New York) tendono di più a lavorare su politica e giornalismo, l'Annenberg College di George Gerbner sottolinea il momento creativo della produzione di informazione, la New York University offre un programma in due anni, piuttosto modesto, a Bloomington (Indiana), l'Università tende invece all'analisi della comunicazione più semiologica (Eco è di casa) e la Scuola di giornalismo conduce poi ad una specializzazione di tre anni di Ph. D., il dottorato di ricerca.

Niente di tutto questo a Columbia. Il candidato deve spezzarsi le ossa al mattino sgobbando in cronaca come un reporter, al pomeriggio va ai seminari teorici e la notte deve (o dovrebbe...) scrivere i papers e leggere le centinaia di pagine di *assignments* dei vari corsi.

Ogni corso passato garantisce un certo punteggio e occorre arrivare a quota 30. Ci sono però «corsi barriera», in cui la bocciatura porta diritti fuori dal Journalism Building.

Il corso principe è l'*Advanced Reporting and Writing*, che tutti chiamano rispettosamente *RW1*. Una dozzina di studenti e due professori, un docente a tempo pieno, ex giornalista o *free lance*, e un professionista ancora in attività che insegna part time, vivono in comunione totale per due giorni, il lunedì e il martedì, da settembre a gennaio. I docenti mandano i ragazzi in giro per la città a scoprire i fatti di cronaca, da notizia ad una colonna fino a lunghe storie di più cartelle. La verosimiglianza con la realtà è totale (a tratti persino

un po' forzata, l'impressione per un italiano è che nelle nostre redazioni tutta questa pressione manchi), i professori possono chiamarvi a casa a mezzanotte o all'alba e spedirvi alla Morgue, a un banchetto, dentro un'ambulanza, a intervistare il Sindaco.

Quando ho raccontato questa esperienza durante un convegno dell'Ordine dei giornalisti a Urbino ho visto i sorrisi ironici di tanti vecchi cronisti: bella forza questo è quello che si fa in tutte le redazioni, cominciare dalla gavetta. Niente affatto, sono sciocchezze: perché in nessuna redazione l'articolo prodotto viene poi disossato in ogni sua minuscola parte, discusso dai compagni e accompagnato da commenti dei due professori, spesso divergenti ma sempre minuziosi, precisi, analitici. Si impara la cadenza della scrittura, i suoi trucchi, le mosse nobili e i colpi bassi. Ogni genere giornalistico dall'editoriale al coccodrillo viene montato e smontato in una prova d'orchestra spesso esasperante, che porta al Valium più di uno studente, che conosce momenti di odio e di tensione dentro la classe di *RW1* (per esempio quando tutti gli studenti, commentano reciprocamente gli articoli), ma che alla fine dà un grande senso di sicurezza, vince l'ansia di sbagliare in pubblico, dà a questi giovani cronisti la grinta per avere una notizia in più e lo stimolo intellettuale per capire un po' meglio di che cosa parlano.

Accanto a *RW1* il semestre invernale vede un altro massacrante rito di passaggio, il *Ten week Seminar*. La scelta spazia dal *diplomatic reporting* alla televisione ed è un altro incredibile *tour de force* con classi piccolissime, quattro studenti nel mio corso di televisione, incerti se fidanzarsi tra loro o odiarsi.

Obbligatoria è la classe di *editing*, di cucina giornalistica, insegnata per lo più da capi servizio e capiredattori del «New York Times», tra cui il decano vicedirettore Horowitz. Dai e ridai a fare titoli, menabò, a impaginare, a passare i pezzi. L'obiettivo è quello di abituare il cronista a «passarsi il pezzo da sé» (*always edit yourself*), a essere il «caporedattore di sé stesso». E' il corso dove la fatica del *RW1* viene distillata, secondo la filosofia cinica di Roland Miller: «non usate i clichés, i luoghi comuni come asfalto reso viscido dalla pioggia, create almeno i clichés del domani...».

Nei ritagli di tempo si impara ad impostare la voce per il *Reporting and Writing for Radio* (*RW2*), si provano servizi e notiziari dal piccolo studio del sesto piano (tecnica didattica identica a quella dell'*RW1*).

Più faticoso, ma si tratta del corso maggiormente stimolante, è

Journalism, Law and Society, condotto contemporaneamente da tre docenti, Anthony Lewis, il più celebre *columnist liberal* del «New York Times». Fred Friendly, ex presidente della CBS e autorità nel campo della storia costituzionale del giornalismo, e Vincent Blasi, della poderosa Columbia Law School. Scopo del corso è insegnare allo studente quale sia il posto del giornalista nella società, quali le leggi che regolano la professione, il diritto all'informazione e il segreto professionale, insieme ai poteri del direttore e quelli del cronista. Il punto straordinario di questa classe è che i tre la pensano in modo del tutto diverso: Blasi è il custode della legalità pronto a bacchettare sulle dita lo studente che minacci di invadere la *privacy* dei cittadini o diffamare un potente. Lewis è l'intelligenza in difesa della libertà di stampa, che cerca di allargare e potenziare gli spazi del giornalista. Friendly è la voce etica, il personaggio che chiede: siete pronti ad andare in galera? E' giusto coprire una fonte? E' etico o no forzare un cassetto per rubare un documento che inchioda un potente corrotto?

Si impara che i confini sono confusi e che spesso non si ha altra guida fuori da se stessi. Ogni lezione di *Journalism, Law and Society* richiede la lettura di decine di sentenze pro e contro i giornalisti, lo studio della legge e della Costituzione, passi di storia del giornalismo. Alla fine del corso lo studente ha letto centinaia di pagine.

Non basta: entro Natale occorre presentare la prima parte di un «*Master's Project*», uno scritto in forma di articolo da mensile della lunghezza di 40 cartelle circa su un tema scelto direttamente dallo studente in collaborazione con il suo *advisor*. Sarà il nocciolo della tesi di laurea.

La figura dell'*advisor* è decisiva, ogni studente ne ha uno e può essere un angelo custode o un diavolo tentatore.

L'*advisor* suggerisce, imposta e corregge il lavoro sulla tesi ma al tempo stesso vigila sul cammino dello studente, lo consiglia, ammonisce, diventa quell'amico che ogni giornalista vorrebbe avere in redazione.

In primavera si pensa che lo studente non sia più un novizio (del resto il 90% degli iscritti ha già esperienza di lavoro) e si passa alla produzione.

Ogni studente sceglie una specializzazione professionale, scrittura per i quotidiani, settimanali, mensili, agenzie, radio, televisione, amministrazione dei giornali, editing, addirittura «scrittura per New-sweek», naturalmente televisione, radio, eccetera. Oppure si può

scegliere tematicamente, non so: esteri, interni, sport, cultura, critica televisiva, eccetera.

La scuola produce un settimanale diffuso nel Bronx, programmi televisivi che hanno ricevuto premi prestigiosi, un mensile (a parte la prestigiosa «Columbia Journalism Review» che non è prodotta in collaborazione con gli studenti), e il Columbia News Service che vende ai giornali quotidiani gli articoli scritti dagli studenti durante il semestre di primavera.

La struttura degli *electives*, le materie facoltative, vanno dalla satira orale al documentario, il management, i processi di pubblica opinione, il giornalismo come letteratura, i media e la diplomazia, la struttura internazionale della comunicazione. Gli studenti possono infine prendere un corso a loro scelta nelle altre facoltà di Columbia.

E' possibile «copiare» Columbia in Italia? Le diversità sono evidenti: numero chiuso, tasse pazzesche (undicimila dollari per nove mesi) e prestigio permettono un rapporto favorevole studenti-insegnati, il nome della scuola garantisce sul mercato del lavoro, la scuola invita i direttori dei giornali ad assumere i migliori studenti e naturalmente il rapporto con i professori-giornalisti è spesso la migliore via ad un posto di lavoro.

Io ho ammirato di Columbia la allegra e disincantata fiducia in questo mestiere, l'idea che non rimetterà le braghe al mondo ma si può fare con profitto e serietà. Ripeto, una scuola italiana avrebbe bisogno di altre correzioni, ma nel bagno di cinismo nel quale viviamo tenere un po' di questo spirito non sarebbe male.

3. *Video, ergo sum*

La prima decisione della Preside di Columbia, Joan Konner, quando viene nominata alla sua cattedra, è di dotare la scuola di video-terminali. Gli ex allievi³ vedono scomparire con nostalgia le vecchi, cigolanti, Remington e Olympia e la scuola si popola di computer. Jean Konner ha intuito che non basta per offrire al mercato un nome prestigioso, un'educazione professionale rigida e la tradizione di quasi un secolo. I giornalisti che svolgeranno la maggior parte della propria carriera nel 2000 devono padroneggiare le tecnologie. Il computer diventa pane quotidiano, ma c'è di più. Gli studenti di televisione imparano a montare, riprendere, tagliare.

Ovunque nel mondo, con una mini videocamera in spalla, se la sapranno cavare.

Arriva a scuola la Banca Dati Nexis, un gioiello collegato a centinaia di quotidiani, riviste, bollettini, riviste legali, un vero e proprio archivio globale del cronista. Lo studente impara che, prima di mettersi per strada, deve ricercare. Impara che difficilmente, nel giornalismo moderno, si danno storie del tutto inedite. Che le fonti hanno una storia, che spesso su quell'argomento si sono già pronunciate, contraddette, espresse.

A metà degli anni Ottanta s'è consumata nel giornalismo americano la stagione del Watergate. Una serie di infortuni, dal caso della falsa intervista a un bambino drogato, che costringe il «Washington Post» a restituire un premio Pulitzer, alla corruzione dell'*insider trading* che tocca il «Wall Street Journal», intacca la fama dei «cani da guardia della libertà». Una strategia di concentrazione, non massiccia come in Italia, ma pesante, altera il quadro proprietario. I giornalisti perdono contatto col paese. L'opinione pubblica americana va a destra e al centro, la filosofia dei giornalisti⁴ resta in genere *liberal* e progressista.

Columbia e le altre scuole di giornalismo corrono ai ripari. In due modi. Alzano il tiro della ricerca teorica. La «Columbia Journalism Review» e la «Washington Review», periodici che riassumono il meglio della riflessione sul mestiere, esaminano le ragioni dell'insabbiamento. E si decide anche di dedicare tempo ed energia alla formazione etica degli studenti. Il vicepresidente della Columbia, Steven Isaacs, organizza un seminario su «Etica e professione» per discutere con i ragazzi dei casi estremi del mestiere: tradire una fonte? rubare documenti? come comportarsi con le grandi industrie? è lecito divulgare bollettini medici? fino a che punto si può essere «gentili» con una fonte, per poi spiattellare sul giornale verità a lei sgradite?

Il seminario, cui partecipa anche il decano Fred Friendly, tenta di chiarire agli studenti che il mondo nel quale verranno ad operare è assai più complesso di quello che hanno visto al cinema nel film «Tutti gli uomini del Presidente». Le arti del potere sono più subdole, i meccanismi di raggiro che loro stessi saranno tentati di usare assai più sottili. La scuola lancia anche la figura del «Mentor». E' un programma inedito, sperimentato a partire dal 1988. Ex allievi laureati con merito alla Columbia sono selezionati dalla Presidenza per consigliare un ridotto numero di studenti (da uno a quattro). I ragazzi vengono con ogni sorta di quesiti⁵, da come si trova un lavoro, a

come ottenere di fare l'inviato all'estero, dall'ingenuo «Posso accettare dei programmi di computer in regalo da una ditta?» (Risposta: no), al più sofisticato caso di scrivere del proprio paese (Olanda o Israele, per esempio) su giornali americani.

I «*Mentor*» annodano un filo tra le aule della scuola e il mondo della professione reale, creano un network di relazioni, a volte utile per trovare un lavoro, ma più spesso indispensabile per non sentirsi isolati in redazione. Tutti gli studenti con i quali ho lavorato hanno continuato a farsi vivi, con le loro domande, anche dopo la laurea.

Nel tentativo di superare l'impasse post Watergate, acuita dalla flebile performance della stampa USA durante il conflitto del Golfo, le scuole di giornalismo scelgono dunque la strada dell'approfondimento e dell'etica. Accanto al Gannet Center per lo studio dei media, che da cinque anni funziona come organo di ricerca per la Columbia University, è stata varata di recente una cattedra di giornalismo internazionale, affidata all'italiano Furio Colombo. Lo scopo è chiarire agli studenti che il modello giornalistico americano, fin qui considerato l'unico, non è affatto il solo ad essere operante - o valido - al mondo. Anzi, i modelli europei possono costituire utili innesti per una tradizione in cerca di rinnovamento.

4. *Un giornalismo utopico?*

Le scuole di giornalismo americano hanno dunque preso atto della trasformazione in corso nel mestiere e si accingono ad una faticosa metamorfosi per il nuovo secolo.

Se in atenei come Bloomington (Indiana) la strada scelta è quella della ricerca pura, il Ph. D., il dottorato di ricerca in comunicazioni di massa, da Columbia, all'Hunter College (programma pluriennale cui si accede anche senza laurea), alla New York University (programma biennale, si accede con laurea)⁶, alla miriade di mini scuole, di programmi serali per i lavoratori, la consapevolezza è che la tradizionale battuta, «si impara facendo la gavetta», è idiota. La gavetta non esiste più, la cronaca nera richiede conoscenze di politica urbana, tensioni razziali, lingue straniere per intervistare i messicani, i coreani, i cinesi. La più semplice delle storie di cronaca, dalla droga, all'immigrazione illegale, alla criminalità spicciola o organizzata, non si può più raccontare senza accesso al *background* che la genera. Paradossalmente, sempre più spesso, la cronaca comincia in biblioteca.

Presentando la nuova cattedra di giornalismo internazionale, la Preside Konner diceva senza pudore «Vogliamo instillare nei nostri studenti un fervore religioso». Nel mondo della professione italiana, che si atteggia perennemente a cinico e rotto a tutto, un'espressione del genere non può che far sorridere. Sarebbe un errore innanzitutto perché Konner è una manager inflessibile, che gestisce un budget di milioni di dollari ogni anno e il marchio del Premio Pulitzer, il più nobile nel mondo dei mass media, non Biancaneve. Ma soprattutto perché la durezza impedirebbe di cogliere la verità. Solo pompando nei ragazzi la convinzione che il mestiere che si accingono a fare conta e ha potere, e che il vero potere del giornalismo è l'onestà, il carattere, la cultura, la fatica quotidiana, la capacità di connettere tra loro territori di sapere sempre più diversi⁷, si otterranno cronisti all'altezza del compito contemporaneo.

Le scuole di giornalismo americane sembrano cominciare a capire che per capire una società complessa occorre un operatore della comunicazione complesso. Capace di compulsare a suo agio una banca dati, di riconoscere il gergo di varie comunità, i politici, gli intellettuali, la gente comune, di rientrare nelle modificazioni del territorio urbano come della politica internazionale. Per esempio: chi non è in grado di interpretare bene i traffici mafiosi della droga, male coprirà il processo di droga cui sta lavorando. Ma i traffici sono internazionali e chi non sa dov'è Burma, può essere in difficoltà. Né si capisce l'affluire di capitale mafioso cinese negli Stati Uniti se non si è familiari con il destino dell'ex colonia inglese Hong Kong che, prima del 2000 tornerà sotto controllo cinese. Un certo schematismo della copertura sulla mafia in Italia, per restare a questo caso, si deve proprio alla sua interpretazione localistico-giudiziaria.

Stesso scherzo è capitato a molti, sulla Guerra del Golfo. L'incapacità di leggere nei bilanci delle banche ha fatto sì che la grande stampa mancasse lo scandalo delle Casse di Risparmio USA. Un'ignoranza tecnica, non la mancanza di fegato. Di Woodward e Bernstein che cercano di discutere il potere ce n'è ancora, come ai tempi del Watergate: ma devono avere strumenti sottili per rintracciare un potere diffuso. Osservava provocatoriamente uno dei *mentor* di Columbia che oggi un cronista deve conoscere Foucault, per frugare nel consiglio comunale. Un'esagerazione, ma rende l'idea.

E' presto ancora per decidere se e come la nuova tecnica di insegnamento «globale» funzionerà. Ma almeno va dato atto agli americani di stare provando a formare i giornalisti di un futuro diverso e difficile.

Note

¹ Il professor Yu fece parte di una commissione per creare un'emittente statale nell'arcipelago. Per le diversità razziali, la dispersione geografica, la mancanza di una lingua comune, suggerì una televisione ad alveare, tante emittenti locali e l'uso massiccio di videoregistratori, per la diffusione ad hoc dei programmi. E' la tecnica ancora in uso.

² Hrayr Terzian, rettore dell'università di Verona aveva tentato nel 1985-86 di lanciare una Columbia italiana. L'esperimento si arenò per l'imatura scomparsa del professor Terzian. Studi analoghi sono in corso a Milano e a Bologna, ma ancora lontani dalla risoluzione. Una bozza di programma italiano su modello Columbia University, elaborata per la scuola di Terzian è proposta in appendice.

³ Ed io fra loro, come poi mi capiterà quando le banche dati elettroniche prendono il posto della «Morgue», l'antico archivio di ritagli ingialliti e asciutti come wafer.

⁴ Soprattutto di quelli delle aree metropolitane di New York, Washington e Los Angeles.

⁵ Da tre anni sono stato invitato a partecipare al programma. E' un'esperienza unica, perché offre la possibilità di educare i ragazzi, avviarli alla professione senza la camicia di forza dell'accademia o l'ansia della redazione, ma al tempo stesso imparare da loro quali sono i problemi e le speranze di chi oggi comincia.

⁶ Non mancano le pecore nere: il Preside della Facoltà di comunicazioni di Boston, già discusso per un programma di aiuti ai «giornalisti» afgani, ha confessato di aver copiato da un articolo già pubblicato in un suo discorso pubblico, senza citare la fonte.

⁷ Si pensi per esempio alla scienza. Da sempre gli scienziati erano considerati le fonti pure per eccellenza: ma dopo i casi fusione fredda, Gallo e Montagnier sull'Aids, lo scandalo del Nobel Baltimore, è l'ora che i reporter scientifici assumano la cautela di chi copre la politica.

Appendice: Bozza di programma per una scuola di giornalismo italiana sul modello della Columbia University Graduate School of Journalism.

A) Tecniche della professione

A1) Un corso unico per tutti gli studenti di «pratica», che parta dalla scrittura per i quotidiani, che sono la migliore scuola comune alla professione. Lo studente comincia dalla notizia breve ad un colonna ed impara insieme la struttura della notizia e la sua scrittura, viene educato a conoscere ed usare le fonti, a compararle, a titolare una «breve». Via via gli incarichi vengono ampliati fino ad articoli più lunghi verso la fine del corso. L'insegnante discute del pezzo nel seminario con tutti gli altri ragazzi, che si passano reciprocamente gli articoli per analizzarli. Viene data particolare enfasi, soprattutto nella prima fase, alla riscrittura (fino a tre volte) dello stesso pezzo, per educare il ragazzo ad essere «caporedattore di se stesso», a leggersi cioè criticamente, una volta scritto un articolo. Il corso si basa sulla copertura di autentiche notizie di cronaca, con interviste, analisi e reportage. Altri compiti riguardano invece la copertura con l'ausilio di agenzie di stampa o comunicati. Nel corso A1) grande importanza deve essere annessa alla struttura del lavoro in comune e spesso i pezzi devono essere assegnati a due o tre studenti in comune per affinarne il gusto per il lavoro d'équipe. Passare questo corso deve essere considerato fondamentale per il prosieguo dell'anno accademico.

A2) Editing, o con parola italiana, cucina. Menabò, titoli, impaginazione, passaggio dei pezzi di altri colleghi, taglio delle foto. Meccanica e filosofia dell'impaginazione, con la creazione di veri menabò con le notizie del giorno, impegnando lo studente in vari campi, prima pagina, prima pagina tabloid, pagine interne, eccetera.

A3) Tecniche della radio. Corso obbligatorio (splendida scuola di concisione) con le stesse caratteristiche di A1) ma concentrato sul reportage radiofonico. La scuola potrebbe fare accordi con radio locali per l'uso, gratuito, dei pezzi che i ragazzi fanno per il corso, con il doppio risultato di far già lavorare sul campo gli allievi migliori e di far girare la firma, dando il gusto del lavoro vero. Il pezzo dovrebbe comunque prima essere rivisto dall'insegnante con le stesse modalità di A1).

B) La specializzazione

B1) Corsi di specializzazione per i corsi superiori (anno secondo, o terzo). Lo studente dovrebbe poter scegliere tra aree di interesse del «mezzo», o aree tematiche. Specializzazione dunque in televisione, radio, quotidiani, settimanali, e (anche se in Italia il genere è debole) scrittura per i mensili, cioè l'educazione a comporre storie lunghe, in cui accanto alla qualità del reportage (del trovare le notizie) e della scrittura, si curi l'insegnamento della struttura di una storia.

Oppure B2), specializzazione in politica estera, reportage criminale (cronaca nera), cronaca politica (nazionale e locale), problemi della scienza, dell'energia e dell'ambiente, sport, cultura (con particolare attenzione alla scrittura di una recensione, come articolo e non come saggio per gli addetti ai lavori, cioè come insieme di informazioni e critica), economia, questioni sociali, costume, eccetera. Le specializzazioni per «mezzo» o tematica vedono naturalmente due diversi tipi di professori, più tecnico specializzato il primo, più formativo il secondo.

C) Giornalismo, legge, società, mercato

C1) Un corso che potremmo chiamare «Giornalismo, legge e società», che analizzi la posizione del cronista nella società, i suoi diritti, i punti in cui la sua ragione di informare il pubblico può entrare in conflitto con la legge, tutto l'apparato della «obiettività», la calunnia, la querela. Per questo corso io mi atterrei strettamente a quel che ho visto a Columbia, cercando di far parlare sempre insieme il giornalista, l'avvocato, il magistrato, la «parte lesa», per spiegare ai ragazzi come sia possibile espandere i propri diritti di informazione, ma allo stesso tempo occorra imparare un decalogo stretto di «*fairness*», di equilibrio.

C2) Management nelle comunicazioni e nel giornalismo. Il corso potrebbe essere aperto anche a studenti di economia e commercio, corsi stile Bocconi, statistica, scienze politiche, ecc. I seminari vertono sull'amministrazione della carta stampata e dell'informazione via etere e via cavo, leggi sulla RAI Tv e le emittenti private, legge di riforma della RAI e dell'editoria, oltre che naturalmente a principi base da *business school*. E' vero il luogo comune che «i giornali si vendono come saponette» oppure è una cretinata? L'esempio italiano e il confronto con gli altri casi internazionali (la stampa americana,

l'ascesa di Murdoch, «El Pais», la crisi di «Le Monde», il caso «Libération», gli esperimenti via cavo).

C3) Giornalismo e nuove tecnologie. Il corso potrebbe essere parte di C2), oppure avere in un secondo tempo un suo sviluppo autonomo.

D) Corsi di background

1) La società italiana, storia e sviluppo recente.

2) Lo stile nel giornalismo, come imparare a scrivere. (So che questo corso è inedito in Italia dove non esiste la scuola di writing. Ma perché non provare con un corso pilota?)

3) La politica italiana e il sistema dei partiti. (Una guida illustrata per i ragazzi al labirinto popolato di mostri e lottizzazioni che cercherà da subito di ingoiarli.)

4) Valutazione critica delle notizie. Corso avanzato di critica: perché una «cosa» è notizia? I grandi fatti del passato sono stati trattati dalla stampa del tempo? Esistono grandi notizie di cui nessuno si accorge? Che differenza c'è tra la «notizia» e il «processo»?

5) Il giornalismo come storia orale e documentaria. Tecniche della storia orale per il giornalismo e viceversa.

6) Seminari sui processi di comunicazione pubblica, politica, e internazionali. Dall'Unesco a Habermas, per intenderci ma solo per chi ha voglia di respirare un po' di cultura «alta».

7) Il giornalismo e la politica estera.

7 bis) Il giornalismo e l'economia, due seminari per strutturare giornalisti in due campi in cui in Italia siamo tradizionalmente gracili.

8) Teorie delle comunicazioni di massa. Almeno per sapere che cosa dicono Eco, Enzensberger, Lazarsfeld eccetera.

9) Storia del giornalismo. Non scinderei l'Italia dal resto del mondo, proprio per meglio mostrare come il caso italiano nella stampa, con le sue storture e le sue originalità, sia stato creato dalle vicende tipiche del nostro paese e mostrare come funziona e quale potrebbe essere il suo futuro.

10) Grandi giornalisti e grandi eventi. Come scrivevano Hemingway, Kol Kov, Shiror, Salisbury, Orwell, e via via fino ai nostri giorni. Un corso per rifare il palato ai ragazzi dopo tante fatiche e mostrargli come il giornalismo possa essere letteratura senza bisogno di infiorare la pagina, proprio quando si presenta come «mestiere» assoluto. Infine tutti i ragazzi dovrebbero preparare una «tesi» sotto forma di articolo lungo una trentina di pagine che copra un evento originale con *reporting* e fonti di prima mano.

1. *Voglia di etica*

Il 12 dicembre 1990, a pagina 14 de «La Repubblica», contornato da un filetto che lo mette in evidenza, preceduto da un testo che ne spiega il significato e le implicazioni, viene pubblicato il «Patto sui diritti e sui doveri dei giornalisti di Repubblica». E' un documento siglato una settimana prima dell'Editore e dal Comitato di redazione. Regola le procedure di nomina del Direttore ed i diritti dei giornalisti nei casi di «cambio di linea politico-editoriale», di aumenti del capitale azionario e di quotazione in borsa del giornale. Lo stesso patto istituisce anche, per la prima volta in Italia, la figura del Garante del lettore.

Qualche mese più tardi Piero Ottone viene nominato Garante dei lettori de «La Repubblica». Resterà in carica un anno, come vuole il «Patto». Il suo nome figura nella gerenza del giornale. A lui potranno rivolgersi i lettori che ritenessero violato il «rispetto della sfera privata delle persone, della presunzione di innocenza, di razza, colore della pelle e religione, se ad essi fosse stato fatto riferimento senza motivi di pubblico interesse.»

Qualche mese prima dell'approvazione e pubblicazione di questo Patto, in agosto, il sindacato dei giornalisti RAI aveva concordato con la direzione e la presidenza dell'Azienda la «Carta dei diritti e dei doveri del giornalista».

Anche quel documento regola le procedure per la nomina dei direttori e per il parere che le redazioni possono esprimere sui piani editoriali. Fissa inoltre norme previste sulla tutela dei soggetti deboli e sul diritto di rettifica, sul rapporto tra informazione e pubblicità, sulle incompatibilità tra la funzione di giornalista nel servizio pubblico e gli incarichi in uffici stampa, agenzie di consulenza o pubblicità. Stabilisce inoltre che la copertura dei posti di lavoro resisi disponibili con il normale *turn-over* dovrà essere affidata, per il 50%, a selezioni pubbliche.

Si tratta di due documenti importanti e innovativi. La RAI è la maggiore azienda editoriale italiana, sia per la quantità dei suoi giornalisti (circa un migliaio), che per il volume d'informazione offerto quotidianamente sulle sue testate e sulle sue reti. «Repubblica» contende al «Corriere» il primato del quotidiano più diffuso ed è stata al

centro del più importante scontro economico, politico e giudiziario nell'editoria italiana degli ultimi anni.

Ancora nel 1990 patti analoghi sono stati concordati o rinnovati per le testate del Gruppo Mondadori, all'«Espresso», al «Manifesto». Sul versante dell'etica professionale, un codice di autodisciplina esiste inoltre, già tempo, al «Sole 24 ore».

Che cosa sta accadendo? Un'impennata di protagonismo dei giornalisti? Un risveglio d'attenzioni e di interessi sui due versanti dell'etica e della partecipazione alla gestione dell'impresa editoriale?

Prima di rispondere vanno ricordati altri fatti ancora. Vanno ad esempio sicuramente menzionati alcuni temi che hanno agitato il rinnovo contrattuale dei giornalisti proprio nelle settimane in cui si stava preparando questo Rapporto, e fra tutti in primo luogo la richiesta della FNSI di procedure più strette e vincolanti per il gradimento che le redazioni dovrebbero dare alla nomina dei nuovi direttori ed alla presentazione dei piani editoriali.

E poi, al di là del confronto sindacale e delle sue periodiche, inevitabili impennate, va senz'altro ricordata la «Carta di Treviso», concordata dal Sindacato e dall'Ordine dei giornalisti il 5 ottobre 1990, in collaborazione con Telefono Azzurro. Quella Carta, un «Protocollo d'intesa per l'informazione sui minori», cerca di garantire la personalità, l'immagine e lo sviluppo dei minorenni preservandone l'anonimato quando siano protagonisti o vittime di reati ed invita comunque a grande cautela e prudenza in tutti gli altri casi (suicidi, adozioni, affidamenti, figli di carcerati, ecc).

L'interesse per questi temi non è stato tuttavia prerogativa dei giornalisti e dei loro organismi sindacali.

Nel giro dodici mesi riviste, associazioni ed istituti di ricerca sono intervenuti infatti con dibattiti, approfondimenti e, soprattutto, proposte.

Nel primo numero del 1990 «Il Diritto dell'informazione e dell'informatica» ha pubblicato gli atti di un seminario organizzato dal Centro di iniziativa giuridica Piero Calamandrei, dov'era stato proposto in *Giurì per la lealtà dell'informazione*. L'idea è stata nuovamente discussa in un altro seminario, ai primi di marzo del 1991. Sul modello del Giurì per la pubblicità, quello per la lealtà dell'informazione dovrebbe essere un organo «non magistratuale», caratterizzato dalla sua rapidità, capace di intervenire su casi di diffamazione, di tutela, dell'identità personale, di correzione di notizie errate.

Dedicando buona parte del primo fascicolo del 1991 ad un dibat-

tito sul ruolo sociale del giornalismo, «Problemi dell'informazione» ha ospitato invece altre due proposte. Accanto alle linee per una disciplina del giornalismo finanziario, la rivista ha pubblicato un intervento a favore di uno *Statuto dell'impresa editoriale*. Vi si formulava l'ipotesi di un intervento legislativo che, partendo dal testo costituzionale, riconosca la specificità e quindi la responsabilità sociale dell'impresa editoriale. In pratica, la proposta di un principio legislativo al quale debbano uniformarsi tutte le varie norme sull'etica, sulle concentrazioni, sulla partecipazione dei giornalisti alla gestione delle imprese.

E ancora, nel corso di un seminario organizzato da «Indaco» a Trento, ai primi di giugno del 1990, la FNSI aveva raccolto la proposta di studiare la fattibilità di una «Carta europea dei diritti e dei doveri dei giornalisti». A questa idea ha dato la sua disponibilità la Fédération Internationale des Journalistes che, in quell'occasione, aveva presentato una sua indagine sulle relazioni industriali nelle imprese editoriali europee.

Grande effervescenza, dunque. Non è detto ovviamente che tutte le varie iniziative, che tutti i patti e i documenti siglati rispondano poi alle aspettative, ma è certo comunque che un dibattito s'è avviato. Il tema dei *diritti e dei doveri del giornalista* è ritornato finalmente d'attualità.

2. Le responsabilità sociali dell'impresa giornalistica

Con una consapevolezza forse nuova rispetto al passato, anche il versante dei diritti - che pure più di altri potrebbe prestarsi ad interpretazioni di pura tutela sindacale dei giornalisti - è stato affrontato con accenti inediti e interessanti. C'è un nodo, infatti, che nelle varie posizioni e iniziative tiene assieme i diritti ed i doveri, che lega quindi la difesa o la richiesta di migliori condizioni professionali con il rispetto degli obblighi deontologici del lavoro giornalistico. E' il problema della collocazione dell'impresa editoriale, il problema delle sue responsabilità sociali.

All'inizio del 1990, nella «*Relazione al Parlamento sullo stato dell'editoria nel secondo semestre 1989*», l'allora Garante della legge per l'editoria, il Prof. Giuseppe Santaniello, aveva sintetizzato quel nodo con grande efficacia. Santaniello aveva ricordato sostanzialmente tre fattori fondamentali.

In primo luogo aveva sottolineato il carattere di servizio pubblico che la giurisprudenza assegna ormai a tutta l'informazione (sia prodotta da imprese pubbliche che private), in virtù del mutato rapporto tra l'informazione stessa e la società.

Il nuovo rapporto che nasce tra collettività e stampa - aveva scritto Santaniello - pone quest'ultima al centro non solo della garanzia dei diritti costituzionalmente protetti spettanti agli operatori delle comunicazioni di massa, ma anche di quel diritto all'informazione, in progressiva espansione, con il quale si tende a garantire al singolo cittadino una informazione il più possibile obiettiva, perché partecipi in modo consapevole alle scelte politiche, economiche, ideologiche della vita dello Stato.

Il Garante aveva poi ricordato come le trasformazioni economiche del sistema dell'informazione e le trasformazioni tecnologiche all'interno delle redazioni abbiano mutato contemporaneamente ed in profondità l'organizzazione del lavoro giornalistico, le «tecniche di tutela proprie del diritto del lavoro e della stessa contrattazione sindacale» e, soprattutto, la «qualità e l'efficacia del prodotto informazione». La conclusione del ragionamento di Santiello era estremamente chiara.

Per preservare il carattere di pubblico servizio dell'attività editoriale

le situazioni e le esigenze che in esso convergono richiedono una composizione dei vari interessi attraverso un soddisfacente punto di equilibrio. Sicché, accanto ai diritti dell'editore, va riconosciuta ai giornalisti la possibilità di incidenza sul giornale, che essi pure contribuiscono in modo decisivo a far vivere, attraverso un sistema di pesi e contrappesi che impedisca la formazione di un potere esclusivo fondato sul capitale di rischio.

Fonte non sospetta e sicuramente al di sopra delle parti, il Garante ha sintetizzato con lucidità e rigore i termini della questione. In tutti i documenti, negli Statuti e nelle carte dei diritti approvate nelle varie testate, nei dibattiti degli ultimi mesi, più in generale in tutta l'elaborazione giornalistica sul tema dei diritti ritorna infatti costantemente lo stesso tema. Ritorna un'esigenza di bilanciamento dei poteri nell'impresa editoriale, poiché a questo spingono tanto l'evoluzione industriale del sistema dell'informazione ed il suo progressivo e ineluttabile trasformarsi in un'«industria della notizia», quanto le modificazioni che questo processo ha indotto nell'organizzazione del

lavoro redazionale. E ritorna quest'esigenza perché al fondo si sono posti ormai, non più eludibili, il problema della responsabilità sociale dell'impresa editoriale, la questione della definizione del suo stesso carattere d'impresa, la necessità di integrare i fini economici propri di qualsiasi impresa con la natura di pubblico interesse che non può essere propria dell'impresa d'informazione.

Il tema non è nuovo. Già frequentato negli anni Settanta (è del 1974 una proposta dell'UCSI sulla partecipazione giornalistica ai Consigli d'amministrazione delle imprese editoriali), è stato presente con vari accenti in tutto il dibattito politico e sindacale sulla riforma dell'editoria fino agli inizi degli anni Ottanta. La stessa legge per l'editoria del 1981 e le sue modificazioni successive, poi la legge Mammì per il sistema radiotelevisivo, prima ancora la legge istitutiva dell'Ordine dei giornalisti del 1963, riconoscono di fatto la natura di pubblica utilità dell'impresa editoriale. Non per altro si giustificava l'intervento pubblico con le provvidenze per l'editoria in crisi, non ad altro - se non alla necessità di garantire accesso, pluralismo e norme contro le concentrazioni - si deve la regolamentazione dell'etere in quanto pubblica risorsa. Alle stesse ragioni è legata la disciplina della professione giornalistica.

Nel dibattito e nelle iniziative degli ultimi due anni sono emersi, tuttavia, due fattori che hanno dato un'accentuazione diversa al tema dei diritti dei giornalisti. Si tratta appunto, come s'è già accennato, del parallelo e inscindibile richiamo ai doveri e dello spazio che in queste elaborazioni viene riconosciuto ai diritti del cosiddetto «terzo soggetto».

C'è evidentemente un rischio in questi richiami. Il rischio che l'appello all'etica o l'invocazione dei diritti degli utenti-consumatori o di quelli delle persone che diventano oggetto di notizie giornalistiche restino richiami vuoti e retorici, che nascondano dietro il paravento della deontologia soltanto spinte corporative o, nel migliore dei casi, soltanto legittime richieste sindacali.

Tenendo presenti questi rischi, vanno però riconosciute le novità legate all'introduzione di strumenti nuovi quali la figura dell'*Ombudsman* o all'aver fissato norme precise per l'elaborazione di notizie sui «soggetti deboli». Forse per la prima volta, alcuni corpi redazionali hanno chiesto ed ottenuto norme e strumenti in grado di vigilare o di dettare principi di comportamento al lavoro del giornalista ed in particolar modo quando s'investe la sfera privata della vita

di quelle persone, che hanno sicuramente meno mezzi per difendersi dagli abusi o dagli errori del quarto e quinto potere. Indipendentemente da qualsiasi giudizio di merito sull'efficacia di tali strumenti, è certo dunque che qualcosa s'è fatto. Alla rivendicazione di nuovi diritti si è accompagnata la corrispondente individuazione di doveri vincolanti e precisi.

Da questo quadro il concetto di responsabilità sociale del giornalismo e dell'impresa editoriale, lo stesso carattere di pubblico interesse dell'attività di quest'ultima, escono indubbiamente arricchiti. L'impianto concettuale generale rimane e non può non rimanere lo stesso. Vale a dire quello che, sulla scorta della Costituzione, attribuisce all'impresa editoriale una natura di utilità sociale per le caratteristiche della sua attività: la raccolta, l'elaborazione e la diffusione delle informazioni indispensabili alla partecipazione individuale e collettiva alla vita della società e delle sue istituzioni. Ma accanto a questo concetto di fondo emergono con altrettanta forza le altre due considerazioni. Da un lato, per l'appunto, la preoccupazione crescente per i modi in cui l'industria della notizia può trattare le persone che diventano oggetto di cronaca. E, dall'altro, la constatazione dei rischi ai quali è sottoposta la qualità dell'informazione per le mutate condizioni del lavoro giornalistico.

Su quest'ultimo aspetto il quadro è ormai sufficientemente conosciuto. Numerose indagini sociologiche, gli stessi contributi a questo Rapporto e la sua precedente edizione l'hanno descritto nei particolari. In sintesi estrema si può soltanto accennare al fatto che le condizioni organizzative e produttive del lavoro giornalistico non sempre consentono e, comunque, certamente non sono razionalmente finalizzate a favorire un'informazione di qualità, circostanziata, verificata, approfondita. La rivoluzione tecnologica che ha radicalmente modificato l'organizzazione redazionale negli ultimi dieci anni, l'incremento dell'offerta d'informazione, l'ampliarsi delle fonti organizzate per far arrivare ai giornali i propri materiali già semilavorati, l'estensione delle reti sinergiche, tutto questo ha favorito fino ad oggi più una razionalizzazione imprenditoriale dei processi produttivi che non strategie accorte di miglioramento della qualità dei giornali.

L'estendersi del mercato dell'informazione ed il potenziamento dei suoi mezzi non sono coincisi fino ad oggi con una diversificazione e, con un più alto livello qualitativo delle offerte d'informazione.

Salvo alcune eccezioni, il segno dominante è stato piuttosto quello dell'omologazione, di una omologazione a due livelli: quello della concentrazione delle proprietà e quello di un'uniformità dei contenuti e delle proposte.

E' esattamente a questo punto, su questo piano delle politiche e delle impostazioni editoriali, che il concetto di responsabilità sociale dell'impresa editoriale e le proposte di un suo Statuto (o di altri strumenti che ne riconoscano la specificità) trovano accenti nuovi e interessanti. E' qui, infatti, che quel sistema di «pesi e contrappesi» ipotizzato dal Garante deve trovare concretezza, perché deve trovare le formule ed i meccanismi che impediscano la formazione di quel «potere esclusivo fondato sul capitale di rischio». In altre parole, il «bilanciamento dei poteri» all'interno dell'impresa editoriale non può essere altro che l'individuazione di forme capaci di bilanciare la libertà e la proprietà dell'impresa, che spettano all'editore, con gli obblighi che devono venire dal riconoscimento di quel carattere di pubblico interesse.

3. *Verso una «riforma dell'informazione»*

In queste forme, con questi accenti, con queste implicazioni il tema è dunque realmente nuovo, perché nuove sono le condizioni del mercato e del sistema dell'informazione negli anni Novanta.

Le Carte e gli Statuti approvati fino ad oggi, i dibattiti avviati sulle riviste o nei seminari, offrono tuttavia materiali sufficienti per individuare l'emergenza del tema, ma ancora troppo scarsi per poter discutere nei particolari proposte organiche e coerenti. Qua e là s'intravedono infatti spunti interessanti. Oltre a quelli già citati, si possono ricordare le proposte di Comitati di garanzia e di qualità (organismi attraverso i quali i giornalisti possano partecipare ai Consigli d'amministrazione e intervenire con poteri di suggerimento e controllo sui piani editoriali), formulate in documenti di lavoro della FNSI. Si possono ricordare altre proposte meno articolate, ma comunque sempre orientate ad una partecipazione dei giornalisti o di loro rappresentanti ai Cd'A; oppure l'ipotesi ripresa dall'esperienza tedesca di incorporare il bilancio della redazione da quello dell'impresa editoriale nel suo complesso, per sottoporlo all'approvazione della redazione e garantire ad essa - in questo modo - un intervento attivo nella formulazione dei piani editoriali. A questo stesso dibattito

va poi pian piano ricongiungendosi la discussione sulla riforma o sull'abolizione dell'Ordine dei giornalisti e, in ogni caso, la verifica degli strumenti migliori ad assicurare statuti etici per la professione ed un efficace apparato di controlli e sanzioni.

Certo, tutto questo è ancora troppo poco per poterne dibattere come se ci si trovasse di fronte ad una proposta di riforma articolata e coerente. Eppure, anche da questo affastellarsi forse talvolta confuso di idee, proposte e provocazioni, dai documenti già approvati ed operanti non esce soltanto la conferma della centralità d'un tema e neppure solamente il suo aggiornamento rispetto alle elaborazioni di vent'anni fa. Almeno quattro nodi risultano chiari:

- che si debbano trovare le forme più opportune, forse in primo luogo forme legislative, per riconoscere esplicitamente la natura di pubblico interesse dell'informazione giornalistica, determinandone al tempo stesso il principio della responsabilità sociale;

- che si debba garantire il pluralismo con norme severe che vietino le concentrazioni in qualsiasi forma delle proprietà, dei mezzi e delle risorse economiche in tutto il settore delle comunicazioni di massa;

- che si debba stabilire il principio del bilanciamento dei poteri consentendo le opportune forme di partecipazione dei giornalisti alla gestione dell'impresa editoriale;

- che il principio della responsabilità sociale stabilito per l'impresa editoriale trovi norme adeguatamente corrispondenti nelle responsabilità etiche e deontologiche dei giornalisti ed i sistemi più efficaci per farle rispettare.

Si tratta chiaramente d'un orizzonte e d'un arco di problemi vasto e impegnativo, e giova forse ricordare ancora una volta che nulla garantisce che alla ampiezza dei problemi e magari anche alla lucidità delle analisi che li hanno enucleati succedano poi soluzioni appropriate e conseguenti. Certo è, tuttavia, che l'emergenza dei temi dei diritti e doveri del giornalista e l'averla coniugata in forme nuove alla questione dello statuto dell'impresa editoriale hanno aperto il campo ad una possibile «riforma dell'informazione».

E' questo il campo sul quale si giocheranno forse nei prossimi anni i destini di qualità e quindi di credibilità del giornalismo italiano.

1. Premessa

Da alcuni anni il giornalismo italiano è investito da significative trasformazioni, in gran parte conseguenti alla maggiore centralità acquisita dal sistema dei media.

Tra gli osservatori e gli addetti ai lavori si sono sviluppate interessanti riflessioni sugli effetti di tali mutamenti, come peraltro ben testimonia anche il Primo Rapporto su *La professione giornalistica*¹.

Si può anzi affermare che la moltiplicazione di dibattiti ed interventi sui mutamenti nel giornalismo italiano siano un ottimo indicatore della centralità dell'informazione.

Non è questa la sede per riepilogare le differenti posizioni manifestatesi, né per soffermarsi sui vari fattori di tali trasformazioni². Piuttosto, è bene riflettere su uno dei principali risultati di tali cambiamenti, meno apparente perché dispiega i suoi effetti a più lungo termine, con una presenza - si vedrà - ancora contraddittoria e diversamente visibile nelle varie zone dell'informazione italiana: la maggiore attenzione per la società. Per esprimerci con uno slogan monotonamente ripetuto nelle redazioni visitate nel nostro lavoro di ricerca: «parlare alla gente della gente».

Parlare della società. Sembra scontato per chi di mestiere fa il giornalista, tanto da far apparire la nostra osservazione banale. Però, chi conosce le tradizioni del giornalismo italiano sa bene quanto a lungo il sistema informativo abbia funzionato come sistema autoreferenziale. Si esprimeva un sostanziale disinteresse per lettori e spettatori e indirettamente si avallava una visione organicistica della società - molto diffusa nella cultura italiana - che prediligeva letture e riferimenti istituzionali. In tal senso, può essere spiegata non soltanto la più volte ribadita dipendenza dal sistema politico, ma anche il quasi esclusivo riferimento a fonti istituzionali.

In questo modo il sistema informativo svolgeva una funzione di mediazione tutta giocata all'interno di logiche politiche ed istituzionali, ma non percepiva bene la sua più ampia funzione sociale di mediazione all'interno dell'intera società, di tramite tra produzione e ricezione di informazioni, tra fonti ed *audience*. In altri termini, di messa in ordine tra le infinite possibilità di senso che l'interminabile rete di interazioni pone all'interno di una realtà sociale. Una media-

zione che diventa luogo di formazione dell'opinione pubblica attraverso il processo di selezione dei temi proposti dalle fonti.

2. «Voglia d'Italia»

Porre al centro dell'attenzione la società vuol dire scoprire il luogo dove si compie l'infinita varietà di azioni sociali, messe in atto da soggetti che garantiscono la persistenza della società non soltanto con le proprie azioni, ma anche attribuendo alle stesse un senso. Questi soggetti sono produttori d'informazione - come fonti - ma anche ricettori d'informazioni, in quanto *audience*.

Paradigmatico, al proposito, ci sembra l'uso sempre più frequente dei sondaggi d'opinione fatto dai giornali.

Nei sondaggi d'opinione ogni potenziale singolo cittadino diventa apparentemente protagonista dell'informazione, diventa effettiva fonte dell'informazione. Non a caso quasi sempre i sondaggi sono accompagnati da espressioni del tipo: «vediamo cosa pensa la gente», «cosa dice l'italiano medio». Ogni cittadino da lettore, da ricettore, si trasforma in fonte, in emittente di messaggi.

La «gente» come punto di partenza e d'arrivo del circuito informativo. Si ripropone il processo comunicativo che ha interessato negli ultimi anni la produzione televisiva, in cui si è avuto un processo evolutivo dalla Tv interattiva alla Tv verità, per approdare al più recente fenomeno del «fai da te» televisivo, dove sempre più spesso è il variegato popolo degli spettatori a diventare protagonista.

Si potrebbe dire che ancora una volta la centralità della televisione ha finito con il permeare il più complesso sistema informativo. Ma una tale constatazione non coglie per intero un fenomeno di natura più vasta e interessante.

Questo protagonismo dal basso, questa «partecipazione massmediatica» si inserisce in una più complessiva tendenza - che si va evidenziando nel nostro paese - a porre se stessi come principale punto di riferimento.

Alcuni indicatori, apparentemente distanti dal discorso che stiamo sviluppando, possono aiutarci a comprendere questo fenomeno. Il costante successo con il quale è accolta la *fiction* televisiva italiana, decisamente orientata a rappresentare realtà sociali e valori propri della nostra tradizione³; il ribaltamento di tendenza rispetto a pochi anni fa nei gusti musicali dei giovani, che riempiono gli stadi per

applaudire «idoli» locali - sempre più di frequente in vetta alle *hit parade* - e snobbano veri e propri «miti» della musica rock; il successo editoriale di libri che seppure da punti di vista diversi parlano della nostra realtà sociale: si va dalle grottesche composizioni scolastiche e di bambini di emarginate periferie meridionali a reportages, block-notes, biografie, confidenze e *istant book* di opinionisti e commentatori, di politici e imprenditori.

Eterogenea, confusa, talvolta bislacca e contraddittoria, più spesso stimolante ed intrigante, emerge sempre più nettamente una «grande voglia d'Italia».

Sembra quasi che l'accennata centralità dei media abbia favorito la costituzione di un minimo comune denominatore culturale tra gli italiani che chiedono «rappresentazioni» di se stessi, delle proprie azioni, dei propri valori e dei propri sentimenti, quasi uno spaccato sociologico in grado di far comprendere il senso della propria identità. Si avverte un'impalpabile quanto irrimandabile necessità di recuperare una lettura sociologicamente orientata della nostra società, costantemente trascurata da una tradizione culturale molto poco incline a percepire gli umori della società e maggiormente orientata a dettare schemi ideologici fondamentalistici e organicistici.

3. Tra localismo e planetarizzazione

Scoprire la società, parlare della gente, rappresentare la realtà significa per il giornalismo italiano recuperare anni di ritardo.

In diverso modo, puntando su specifiche peculiarità, tutti i tipi di giornali hanno cercato di confrontarsi con questa esigenza. Hanno ampliato notevolmente l'area del notiziabile e modificato i criteri di selezione, per meglio soddisfare quell'ampio ventaglio di azioni, soggetti sociali, opportunità di cui si compone ogni realtà sociale. Significative, per fare soltanto un esempio, le trasformazioni realizzate nel giornalismo culturale, in cui la predilezione letteraria e le tradizioni estetiche si sono miscelate con tematiche sociali e approfondimenti sull'attualità. Si è evidenziata l'esigenza di implementare l'informazione sul sempre più composito campo culturale.

La maggiore ricchezza informativa ha evidenziato la presenza di un numero di fonti potenziali molto ampio. Progressivamente tutte queste fonti hanno affinato la propria capacità interattiva con i media, sì da produrre notizie confacenti ai formati dei mezzi d'infor-

mazione. Contemporaneamente, l'accresciuta rilevanza delle logiche di mercato nella gestione economica delle imprese editoriali ha comportato una maggiore propensione ad assumere l'*audience* come punto di riferimento imprescindibile.

Questa «esplosione informativa» è peraltro favorita da un'evoluzione tecnologica che consente di accorciare incredibilmente i tempi di comunicazione. E' sempre più ricorrente sentire parlare di informazione in tempo reale⁴. L'ingresso delle nuove tecnologie in tutte le redazioni giornalistiche permette, anche nei luoghi più periferici, l'immediata consultazione di un incredibile numero di lanci d'agenzia.

Da un lato, siamo in grado di conoscere e vedere quanto sta accadendo dall'altra parte del pianeta; dall'altro, siamo sempre più interessati a scoprire le mille sfaccettature della realtà che ci circonda.

Nella rappresentazione della realtà operata dai mezzi d'informazione si propone una straordinaria compresenza di una tendenza alla planetarizzazione e di una - altrettanto consistente - al localismo.

Sembra riproporsi anche per il mondo dell'informazione quel contrasto tra planetarizzazione economica e frammentazione localistica e particolaristica riscontrata nella politica⁵.

Nel caso dell'informazione queste due tendenze si contrastano e si alimentano in un difficile gioco di rimandi. Infatti, proprio l'eccedenza informativa, la possibilità di conoscere ciò che avviene in tutto il mondo e di essere sommersi da informazioni provenienti dai siti più disparati e relative agli aspetti più insospettabili, induce nel lettore una sorta d'estraniamento, una perdita di senso derivata dalla difficoltà di ricomporre in un quadro interpretativo significativa la pluralità di azioni, comportamenti, valori trasmessi.

Una maggiore attenzione al locale funziona, quindi, da rifugio in cui riappropriarsi di una propria identità, da meccanismo ordinativo grazie al quale avere delle chiavi di lettura. Nel precedente Rapporto abbiamo parlato di riaffermazione della realtà⁶, intesa come riscoperto interesse per un mondo già noto che si contrappone alla conoscenza indiretta - spesso confusa - fornitaci dai fenomeni di planetarizzazione. Una riaffermazione della realtà che serve a rafforzare un senso d'appartenenza e a stimolare la composizione di un'identità locale.

Qualcosa di analogo è riscontrabile anche nella stampa estera, come si evince dalla constatazione che i quotidiani delle due maggiori catene editoriali americane - la Gannett e la International Thompson

- vendono una media di 9 milioni di copie giornaliere senza avere corrispondenti dall'estero⁷.

L'informazione locale diventa un riferimento obbligato non soltanto per i giornali provinciali, tradizionalmente orientati a fare del valore-notizia della vicinanza (detto anche della territorialità) il principale criterio di selezione delle notizie, ma anche per gli organi d'informazione di rilievo nazionale, maggiormente interessati dall'ottica della planetarizzazione.

Ancora una volta l'esempio americano può soccorrerci con le parole dell'editore del «Washington Post»:

gli interessi locali, la vita quotidiana della gente che abita la nostra città, i tanti problemi legati al traffico, alle tasse, alla scuola, alla criminalità: il primo compito di un giornale come il nostro è divenuto quello di offrire agli abitanti di Washington un servizio che permetta loro di essere cittadini migliori all'interno della propria comunità⁸.

Qualcosa d'analogo è riscontrabile anche nei maggiori quotidiani italiani, che negli ultimi anni sembrano particolarmente attenti ad approfondire le cronache locali: sia per rinverdire una tradizione che ha sempre avuto nella territorialità il principale elemento della diffusione, sia per meglio contrapporsi ad un giornalismo locale in espansione. Ma anche quello che può essere definito l'unico vero giornale a vasta diffusione nazionale - «La Repubblica» - ha avvertito l'esigenza di inserire delle cronache cittadine.

Un motivo di questa «riscoperta del locale» può essere fornito dalla presenza di mezzi d'informazione più immediati che obbligano i giornali a fungere da secondo canale d'informazione, necessariamente orientato all'approfondimento. La carta stampata, invece, recupera una funzione meramente informativa proprio con le notizie locali, di cui diventa il principale veicolo, specialmente in Italia dove non esiste un sistema informativo radio-televisivo locale pienamente sviluppato.

4. Conoscere il mondo per capire e controllare ciò che ci circonda

Molto spesso questa attenzione ai temi locali è interpretata come rifugio egoistico nel privato, come totale ripiegamento su se stessi,

in conseguenza della difficoltà a razionalizzare la realtà, che appare incoerente e inafferrabile.

L'informazione locale diventa una settorializzazione dell'informazione, una sorta, di specializzazione, come si potrebbe evincere dal successo della stampa provinciale, in cui gran parte delle notizie sono fornite con un «angolo di lettura» localistico. L'interesse non è tanto per quanto accade, ma per come ciò possa riflettersi sulla vita dei singoli individui, sugli interessi personali.

In questa chiave è stata letta l'attenzione all'evoluzione della situazione nel Golfo Persico, con la corsa ad acquisire scorte alimentari o quant'altro.

Indubbiamente, la lettura «egoistica» contiene parte di verità, ma non definisce interamente la questione. La possibilità di vedere le immagini su quanto accade nel Golfo Persico e di osservare la preparazione all'attacco delle forze alleate produce un «effetto d'avvicinamento» all'evento. Non tanto egoistico distacco o sollievo per un evento lontano, quanto piuttosto presa di coscienza per l'assunta consapevolezza del problema. Una reazione che può esprimersi soltanto in parte con un «meglio a loro che a noi», oppure «speriamo che non mi coinvolga direttamente» poiché vi è anche un altro tipo di considerazione: «ecco lo vedo, lo leggo, ne sento parlare. E' lì. Sta realmente succedendo».

In questo senso, la tendenza alla planetarizzazione e la riscoperta del localismo non si contrappongono del tutto. Piuttosto, la prima permette di cogliere come la lettura della complessità possa servire per interpretare anche quanto avviene nel microcosmo locale. L'ecedenza informativa di cui si compone la planetarizzazione ci fa capire anche la «complessità di casa nostra». Allora l'informazione locale non rappresenta soltanto un rinchiudersi in se stessi, ma anche il tentativo di comprendere la pluralità di componenti da cui è formato il proprio ambiente sociale.

Da qui deriva la moltiplicazione di soggetti che diventano protagonisti dell'informazione. Attori sociali che salendo alla ribalta della cronaca permettono di percepire la varietà di interessi e di valori che orienta l'agire quotidiano, di comprendere meglio la realtà in cui si vive. Ognuno possiede maggiori elementi per porre in gioco a sua volta le proprie risorse comunicative e bene orientare le proprie azioni.

Molto probabilmente consiste in questo la voglia emergente nel nostro paese di rappresentare e veder rappresentati i propri com-

portamenti e atteggiamenti. Un desiderio di porre se stessi al centro dell'attenzione, per meglio comprendere l'evoluzione della propria identità.

In questo senso, assume un altro significato la categoria *egoismo* con la quale si è visto spesso definire questa riscoperta centralità del «noi», del «qui».

Non tanto gretta chiusura in se stessi o rifiuto del nuovo, del moderno, della diversità evincibile dalla conoscenza e dal confronto con gli altri; quanto, piuttosto, la decisione a concentrarsi sull'*ego* al fine di affermare autosufficienza e autovalorizzazione, al fine di affermare una propria identità.

Ciò che contribuisce a determinare tale atteggiamento è

l'assenza (o l'esilità o la contraddittorietà) di riferimenti e di ascendenze; la carenza di un patrimonio ideologico e di credenze consolidate configurano una condizione come di «orfanità» ed esaltano il partire da sé e il contare, solo ed esclusivamente, sulle proprie forze; ed enfatizzano quel concentrarsi sul proprio percorso biografico⁹.

L'esaltazione dei «punti di vista locali» diventa, quindi, principalmente negazione dell'universalismo delle prospettive totalizzanti ed interesse per quanto è più prossimo, vicino, non tanto per grettezza o chiusura, quanto perché controllabile, maggiormente trasparente¹⁰.

Più che una scelta riduttiva, angusta, di basso profilo, si esprime una volontà di voler controllare i processi, senza affidarsi ad altri, siano esse élites politiche e detentori di ideologie più o meno fondamentaliste. Un forte pragmatismo che fa decidere di puntare i propri obiettivi di volta in volta su specifiche *issues*.

Ogni soggetto sociale diventa portatore di un progetto, frutto di una propria visione del mondo e teso a tutelare specifici interessi. Non mancano, si badi bene, le dimensioni della solidarietà, dall'altruismo, ma anch'esse si evidenziano nell'azione quotidiana - si veda il netto incremento del volontariato - più che essere mediate da riferimenti ideologici.

Si evidenzia una più intensa azione di *lobbies*, la nascita delle più svariate associazioni ed aggregazioni, l'emergere di nuovi movimenti sociali e originali forme di partecipazione, non più orientate dalle élites, ma orientate alle élites¹¹, cioè ad influenzare con le proprie azioni i processi decisionali su singoli atti.

5. Un'informazione diversa per una nuova funzione dell'informazione

La crescita degli attori sociali, che diventano protagonisti dell'informazione ed acquisiscono le adeguate risorse simboliche per rendere notiziabili le proprie attività, produce un progressivo mutamento delle modalità di trattazione degli eventi da parte dei mezzi d'informazione.

Infatti, l'ingresso sugli scenari dell'informazione di soggetti sociali che diffidano dal contrattare posizioni ed argomentazioni con alcun sistema mediatore - si pensi in particolare alle crisi di rappresentanza dei partiti e dei sindacati - trasforma significativamente la funzione dei media. Il compito dei mezzi d'informazione non è più ritradurre e rappresentare le forme di canalizzazione delle domande dei sistemi di mediazione, in particolare di quello politico, a lungo titolare di un netto primato nella scala di rilevanza del mondo dell'informazione. Piuttosto, l'informazione diventa ad un tempo il luogo in cui questa complessificazione sociale si appalesa e la risorsa fondamentale di cui necessitano i vari gruppi sociali per ottenere riconoscimento e legittimazione.

Per ogni soggetto sociale diventa indispensabile possedere quelle risorse che consentano di accedere ai canali massmediatici e di controllare adeguatamente contenuti e forme dei messaggi da veicolare, per avere una *buona immagine*. Da qui deriva la grande attenzione da parte dei diversi attori sociali alla comunicazione; la centralità attribuita da imprese ed istituzioni all'elaborazione di pratiche comunicative coerenti con i propri fini e i mezzi a disposizione; la rilevanza attribuita da ogni movimento sociale all'efficacia delle proprie risorse simboliche, che spesso diventano l'essenza del movimento stesso, il quale esiste proprio perché emette segnali, il cosiddetto *movimento-medium*¹².

I media diventano il luogo della presentazione ma anche della messa in ordine; il luogo della mediazione tra un numero di fonti notevolmente aumentato - che hanno maggiore consapevolezza della centralità rivestita dalla comunicazione e dell'abilità nel gestirla - e un'*audience*, anch'essa più avvertita.

Queste evoluzioni trasformano i processi di produzione; si cerca di realizzare menabò e formati meno rigidi, in grado di adattarsi alle esigenze di diversificazione imposte dall'espansione dell'area del notiziabile e di rompere la rigidità dei settori.

In cronaca, dove più evidente è questa «proliferazione del sociale» si assiste ad un progressivo spostamento dell'attenzione dagli aspetti istituzionali e dalle relative conseguenze politiche degli eventi ad una trattazione più specifica dei singoli argomenti: scuola, sanità, ecc..

L'angolo visuale con il quale sono seguite queste tematiche è quello interno all'ambito di trattazione, per cui sempre maggiore è la conoscenza dei punti e delle controversie all'ordine del giorno, così come la familiarità con i principali attori sociali che intervengono nel settore; mentre più specifica diventa la competenza sui problemi che si dibattono.

Ad una migliorata conoscenza dei singoli ambiti informativi può accompagnarsi, però, una minore capacità valutativa dei processi politici, economici e sindacali che incidono sul settore.

Infatti, la minore capacità di controllo dei differenti aspetti che si intrecciano tra i vari ambiti di regolazione sociale rende difficile comprendere e valutare le cause soggiacenti ad ogni decisione e decifrare i motivi di ritardi e contrasti.

E' questo un pericolo acuito dall'eccessiva frammentazione informativa, particolarmente riscontrabile nelle pagine di cronaca dei quotidiani locali.

In passato la frammentazione della realtà operata dai media trovava un elemento di ricomposizione nella classe politica, non a caso soggetto privilegiato¹³, la cui funzione mediatrice era particolarmente sottolineata e fungeva da *frame* interpretativo, all'interno del quale calare le azioni sociali.

I processi di allargamento dell'area del notiziabile e di maturazione dei soggetti che accedono a vario titolo al campo informativo, hanno provocato un'ulteriore frammentazione; talvolta favorita da una malintesa esigenza di completezza, spesso più attenta alle esigenze del mercato che a quelle di un'effettiva esaustività; altre volte provocata dalla montante esigenza d'attualizzazione che spinge i mezzi d'informazione ad una velocissima e continua sostituzione degli eventi in agenda.

Spesso si cerca di sopperire alla sensazione d'evanescenza che può essere provocata dalla moltiplicazione dei temi e dei soggetti con la personalizzazione degli eventi. L'assunzione di questa modalità di trattazione cerca di favorire la percezione della veridicità del problema e della sua rilevanza, fornisce alla *issue* maggiore concretezza.

Evidenziare l'esistenza di persone effettivamente investite da un problema favorisce un effetto di riconoscibilità da parte dell'*audience*.

La personalizzazione delle storie e dei problemi è una caratteristica narrativa tipica della cultura di massa ed ha lo scopo di facilitare la comprensione dei fatti al grande pubblico attraverso quella che viene definita «l'umanizzazione del problema».

Raccontare storie è un artificio narrativo utile per facilitare il livello di comprensione, ma serve anche per ribadire la rilevanza, della gente e dei fatti di cui è protagonista, per sottolineare l'intenzione a schierarsi «dalla parte della gente».

Assumere a protagonista dell'informazione il cittadino significa farsi percepire come parte integrante del contesto sociale in cui si vive: «non parliamo soltanto a voi, ma parliamo principalmente di voi», questa sembra essere l'intenzione sottesa a questa strategia informativa, per accentuare i processi identificativi dei lettori.

Si afferma così un modello informativo che vede nella democratica cessione della «parola ai protagonisti» l'unico efficace strumento di rappresentazione della realtà non manipolatorio. In tal modo, è possibile richiamare procedure orientate all'obiettività, nell'implicita considerazione che i protagonisti dei fatti siano gli unici in grado di raccontarli veridicamente.

Convinti dell'interessata descrizione degli eventi da parte delle fonti istituzionali, i giornalisti privilegiano i soggetti e gli attori interni ai campi di trattazione, con il rischio di assumerne il punto di vista, sia per l'ambigua predisposizione a «coltivarli» le proprie fonti, sia per la già sottolineata propensione a cedere la parola ai protagonisti, in una sorta di delega dell'informazione ai meno espliciti e codificati interessi di cui tali fonti sono portatrici, nel presupposto di un felice abbinamento tra le procedure orientate all'obiettività e democratizzazione dell'accesso all'informazione.

L'ipotetica obiettività costituita dal «far parlare i fatti», e/o i protagonisti degli stessi, è peraltro compromessa dall'inevitabile frammentazione della realtà di una rappresentazione basata sull'esposizione di singoli casi.

Il pluralismo garantito dall'apertura di nuovi ambiti informativi e dall'accesso a nuovi attori sociali protagonisti dell'informazione è relativizzato dalla difficoltà di indicare un quadro interpretativo dei fenomeni all'interno dei contesti sociali in cui sono prodotti, interpretazione indispensabile per disvelare la complessa rete di interazioni che compongono la trama di una società complessa.

6. Conclusioni

Nel sistema informativo italiano si sta realizzando un'«apertura al sociale», per l'inevitabile esigenza di rispondere alle pesanti richieste di rappresentare e di valorizzare un dinamismo sociale che scopre nei media e nell'articolato mondo della comunicazione il luogo adeguato per porre le proprie istanze direttamente nell'arena pubblica.

Evidentemente, questa tendenza si manifesta gradualmente. Permane, infatti, una centralità, del sistema politico, autoreferenziale, che i mezzi d'informazione mantengono giustapponendo la caleidoscopica varietà di fatti ed attori; in tal modo si va progressivamente trasformando la funzione del giornalismo.

Il lavoro giornalistico diventa molto più complesso e articolato. Assume una maggiore rilevanza e centralità sociale perché deve svolgere la funzione di far conoscere la realtà sociale setacciando e selezionando all'interno di una mole informativa incredibilmente accresciuta.

Superando i tentennamenti causati dai possibili rischi distorsivi insiti nell'attività interpretativa, il giornalista si sta attrezzando per fornire una chiara lettura della società, che superi lo sterile compito di certificazione della caleidoscopica varietà di realtà esistenti.

Una cronaca prevalentemente basata su di una frammentata presentazione della realtà, attraverso procedure narrative tese ad evidenziare singoli casi e il ruolo dei protagonisti, influenza anche il processo di selezione delle notizie, favorendo la scelta di eventi meglio omologabili ai formati dei media. Si ha, così, una progressiva abdicazione all'esterno dell'ambito giornalistico di pratiche quali la selezione, la gerarchizzazione e la valorizzazione degli eventi. E' privilegiata l'abilità dei diversi attori sociali di produrre eventi paradigmatici: fatti-notizia, *media-events*, politiche di *voice* e prese di posizione. In altri termini, l'opinione pubblica è forgiata da chi ha le risorse simboliche adeguate per meglio acquisire la risorsa-informazione.

In tal modo, un processo di democratizzazione quale l'allargamento dello scenario informativo, che causa un nuovo e più aperto processo di mobilitazione sociale, può tradursi in una sperequata distribuzione della risorsa-informazione.

Denunciando la crisi e i limiti dei vecchi sistemi mediatori e pensando di superarli con l'apertura al sociale non si rendono automaticamente trasparenti i processi di formazione dell'opinione pubblica,

anzi si rischia di avallare le dinamiche differenzianti della società e di scambiare le nuove forme di mobilitazione e di partecipazione - che si è visto trovano nei media il principale canale di riconoscimento e di legittimazione - per meccanismi intrinsecamente egualitari.

Tale procedimento sancisce, invece, soltanto la cristallizzazione di nuovi interessi e di nuove rendite di posizione di quanti riescono a controllare quei capitali simbolici atti ad entrare meglio nell'agenda dei media, e favorisce la natura potenzialmente corporativa, rivendicativa, particolaristica dei nuovi soggetti sociali, evidenziando il carattere non intrinsecamente liberatorio e paritario di ogni azione e forma di partecipazione che si compie al di fuori del sistema politico tradizionale¹⁴.

La rappresentazione della ricchezza di ogni configurazione sociale e delle pluriappartenenze di ogni singolo soggetto rischia di svolgersi in un caotico favoreggiamento della frammentazione, piuttosto che in una funzione ricompositiva, come richiesto dall'acquisita centralità assunta dai media nella composizione ed evidenziazione dell'opinione pubblica.

Note

¹ il CAMPO (a cura de) *La Professione giornalistica in Italia. Anno primo: 1988-89*, Roma, Quaderni della Fondazione Adriano Olivetti 21, 1989.

² Altre parti del Rapporto sono a questo preposte.

³ Cfr. BUONANNO M., *Il reale è immaginario*, ERI, Roma 1991. Si potrebbe obiettare che una tale tendenza non si riscontra nel cinema, ma per tale settore bisogna considerare le diverse opzioni produttive che hanno fatto spesso decidere ai nostri produttori cinematografici di realizzare opere a diverso titolo ben lontane dal porre la realtà sociale italiana in primo piano. Quando questo accade - ultimamente sempre più di frequente (*Ragazzi fuori*, *Ultrà*, *Il portaborse*) - il successo non manca.

⁴ Interessante quanto divertente l'aneddoto raccontato da Vittorio Zucconi, nel suo intervento in questo Rapporto, del Presidente egiziano Mubarak che viene a sapere da una diretta della CNN della presenza, nella sala di attesa, di un giornalista della medesima rete che aspetta di intervistarlo.

⁵ Tra gli altri cfr. SARTORI G., *Localismo e globalismo*, in «Biblioteca della libertà», XXI, n. 95, pp. 7-19.

⁶ Cfr. il CAMPO (a cura de), *La professione giornalistica in Italia*, cit., in part. pp. 57-66.

⁷ GLISENTI P., PESENTI R., *Persuasori e persuasi. I mass media negli USA degli anni '90*, Laterza, Bari 1990.

⁸ MOSSBERG W., OTTEN A., «*Washington Post*» cuts flesh, turns inward under Donald Graham, in «*Wall Street Journal*», 3 settembre 1986; cit. in GLISENTI P., PESENTI R., *Persuasori...* cit...

⁹ MANCONI L., *Solidarietà, egoismo. Buone azioni, movimenti incerti, nuovi conflitti*, Il Mulino, Bologna 1990, p. 127.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Cfr. INGLEHART R., *La nuova partecipazione nelle società post-industriali*, in «*Rivista Italiana di Scienza Politica*», XVII, n. 3, pp. 403-446.

¹² Come li definisce Manconi in MANCONI L., *Solidarietà*, cit..

¹³ Cfr. BECHELLONI G., *Modelli di cultura e classe politica*, Officina, Roma 1979.

¹⁴ Cfr. SEGATTI P., *Nuovi movimenti sociali, nuove forme di impegno pubblico: un passo verso una maggiore eguaglianza politica?*, in «*Rassegna italiana di Sociologia*», XXXI, n. 4, pp 447-491.

PARTE TERZA LE INIZIATIVE DEGLI ORGANI PROFESSIONALI

Il 1981 è stato l'anno in cui il movimento degli organi professionali ha conosciuto un'impetuosa crescita. In seguito alla riforma del 1975, infatti, si sono costituiti o hanno ripreso attività diverse associazioni di categoria, che hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella vita politica e sociale del paese. In particolare, si sono costituiti o hanno ripreso attività diverse associazioni di categoria, che hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella vita politica e sociale del paese.

Le iniziative degli organi professionali si sono sviluppate in tre direzioni principali: la tutela dei diritti dei professionisti, la promozione della loro attività e la partecipazione alla vita politica e sociale del paese.

In primo luogo, gli organi professionali hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella tutela dei diritti dei professionisti. In particolare, si sono costituiti o hanno ripreso attività diverse associazioni di categoria, che hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella vita politica e sociale del paese.

In secondo luogo, gli organi professionali hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella promozione della loro attività. In particolare, si sono costituiti o hanno ripreso attività diverse associazioni di categoria, che hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella vita politica e sociale del paese.

In terzo luogo, gli organi professionali hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella partecipazione alla vita politica e sociale del paese. In particolare, si sono costituiti o hanno ripreso attività diverse associazioni di categoria, che hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella vita politica e sociale del paese.

Le iniziative degli organi professionali si sono sviluppate in tre direzioni principali: la tutela dei diritti dei professionisti, la promozione della loro attività e la partecipazione alla vita politica e sociale del paese.

In primo luogo, gli organi professionali hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella tutela dei diritti dei professionisti. In particolare, si sono costituiti o hanno ripreso attività diverse associazioni di categoria, che hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella vita politica e sociale del paese.

In secondo luogo, gli organi professionali hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella promozione della loro attività. In particolare, si sono costituiti o hanno ripreso attività diverse associazioni di categoria, che hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella vita politica e sociale del paese.

In terzo luogo, gli organi professionali hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella partecipazione alla vita politica e sociale del paese. In particolare, si sono costituiti o hanno ripreso attività diverse associazioni di categoria, che hanno cominciato a svolgere un ruolo sempre più attivo nella vita politica e sociale del paese.

Le iniziative degli organi professionali si sono sviluppate in tre direzioni principali: la tutela dei diritti dei professionisti, la promozione della loro attività e la partecipazione alla vita politica e sociale del paese.

Il 1991 può rappresentare l'anno di svolta nella micro storia delle scuole di giornalismo in Italia. Sono state, infatti, attivate tre nuove scuole di giornalismo, riconosciute dal Consiglio Nazionale; il 4 marzo ha poi concluso i lavori la Commissione nazionale per il corso di laurea in Scienza della comunicazione nominata dal Ministro dell'Università e della Ricerca Scientifica, prof. Antonio Ruberti.

Agli inizi di novembre è scoppiato infine lo scandalo legato allo svolgimento della 58ª sessione degli esami di idoneità.

La Commissione, formata da docenti universitari, alcuni in rappresentanza del CUN (Consiglio Universitario Nazionale), da giornalisti e da rappresentanti dell'industria pubblica e privata, è stata presieduta dal prof. Pietro Rossi.

Questa presenza diversificata ha portato ad un utile dibattito che ha consentito di inserire nelle proposte di tabella insegnamenti professionalizzanti e *stages* obbligatori di formazione professionale.

La Commissione ha licenziato un'ipotesi di tabella per un corso di laurea in scienza della comunicazione di durata quinquennale con un biennio propedeutico e un triennio di indirizzo in comunicazioni di massa, in comunicazione istituzionale e di impresa e logica sperimentale.

La Commissione ha anche individuato due corsi di diploma, di durata triennale, in giornalismo e in tecnica pubblicitaria.

Queste tabelle sono state in parte modificate dal CUN che, in una prima sessione, si era anzi orientato per un rifacimento sostanziale della tabella del corso di laurea con i tre indirizzi.

Il CUN ha poi affrontato nuovamente l'argomento, a fine ottobre, per esprimere infine parere positivo, proponendo al Ministro di incardinare i corsi presso le Facoltà di Lettere, Magistero, Sociologia, Scienze umane (che dovrebbe sostituirsi a Magistero destinato a scomparire), Scienze politiche ed Economia. Sono rimasti due indirizzi, in Comunicazione di massa e in Comunicazione istituzionale e d'impresa, mentre è stato stralciato l'indirizzo in Logica sperimentale. Per il diploma in giornalismo e in tecnica pubblicitaria sono previste forme di intesa e di collaborazione, per la formazione pratica, con organismi della categoria giornalistica.

Sul dibattito ha pesato un contrasto tra accademici del versante umanistico e del versante delle scienze naturali ma forse, come ha

riconosciuto un autorevole membro del CUN, si è dovuto fare i conti tra un tentativo, encomiabile anche se limitato, nella direzione della riforma e centri tradizionali del potere accademico; questo scontro è stato abbellito, come di consueto, da un lungo dibattito sull'opportunità, o meno, di aprire il sistema formativo in direzione del mercato del lavoro e sull'annosa questione su chi debba attivare un processo riformistico.

La discussione sia in seno alla Commissione ministeriale sia in seno al CUN ha riproposto problematiche che personalmente ritenevamo superate sul rapporto tra teoria e pratica, sul carattere degli studi universitari e sulla novità dei corsi di diploma (o laurea breve), ma è importante che finalmente anche l'università italiana stia arrivando all'appuntamento con la tematica della formazione al giornalismo, affrontata negli Stati Uniti d'America dall'inizio del secolo e da tutti i paesi d'Europa almeno dagli anni immediatamente seguenti il secondo dopoguerra.

Per l'Italia, in verità, va segnalata la Scuola di Giornalismo fondata a Roma sulla fine del 1929, esperienza voluta dal Sindacato Nazionale Fascista dei giornalisti che aveva promosso anche l'istituzione di cattedre di «Storia del giornalismo» e di «Legislazione sulla stampa» a Perugia e in altre università; ma questa esperienza di un diploma equivalente ad una laurea per l'esercizio della professione si era rapidamente esaurita.

Nei decenni più recenti vanno ricordate la Scuola Superiore di Giornalismo nata a Urbino nel 1949 - questa generosa proposta fu avanzata probabilmente troppo in anticipo rispetto ai tempi, tanto è vero che i diplomati solo con difficoltà poterono venire avviati alla professione - e le numerose sollecitazioni di autorevoli massmediologi, a iniziare da Giovanni Bechelloni, Enrico Mascilli Migliorini, Marino Livolsi e altri.

Sul fronte universitario si muovevano, nel frattempo, le istituzioni libere come la Luiss, la Cattolica e la stessa Urbino che davano vita a corsi di specializzazione *post lauream*.

La convinzione ormai comune che anche nella professione giornalistica sia necessario un iter formativo strutturato, le pressioni del mercato sono andate nel frattempo sollecitando tutta una serie di scuole e scuole private, talune sorte anche con finalità speculative.

L'Ordine professionale, per parte sua, poneva mano alla formalizzazione di proprie scuole sostitutive del praticantato tradizionale.

Tanto che, dopo anni di deserto, si rischia oggi una esplosione di offerte formative, una esplosione quasi schizofrenica, peraltro conforme ad un modello italiano che si ripete in tanti, troppi settori.

Non è così facile fotografare una situazione in continua evoluzione, ma ci sembra utile, nel quadro di un Rapporto annuale, ricapitolare alcune linee fondamentali.

1. L'ordine professionale

Il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, dopo aver approvato nel luglio del 1988 il quadro di indirizzi e condizioni per la istituzione di scuole di giornalismo, nelle sedute del 12 e 13 luglio 1990 ha accolto le domande di riconoscimento delle scuole di giornalismo promosse dall'Associazione per la formazione al giornalismo delle Marche, dall'analoga Associazione dell'Emilia-Romagna e dalla Scuola di specializzazione dell'Università Cattolica di Milano.

La delibera di riconoscimento ha autorizzato 70 allievi che sono andati ad aggiungersi ai 45 allievi dell'IFG (Istituto per la Formazione al Giornalismo di Milano) promosso già nel 1976 da quell'Ordine regionale dei giornalisti; in tutto 115 nuovi praticanti di fronte agli oltre 1000 che annualmente entrano nella professione attraverso le due sessioni degli esami di idoneità professionale dopo essere stati reclutati dalle aziende editoriali.

Il limitato numero dei giovani che possono accedere alla professione attraverso le scuole testimonia la volontà dell'Ordine di procedere con realismo e cautela avviando così un periodo di sperimentazione che sarà verificato periodicamente.

Non sono mancate subito, soprattutto da parte degli editori, accuse di illegittimità, basate sul fatto che i praticanti che vengono dalle scuole non sono titolari di un rapporto di lavoro con aziende editoriali.

E' facile rispondere che il quadro di indirizzi si fonda su una norma di legge e che alla base della decisione c'è la considerazione che la legge professionale non condiziona l'iscrizione nel registro dei praticanti all'assunzione da parte di un'azienda editoriale e alla instaurazione di un rapporto di lavoro subordinato, previsto invece dal contratto collettivo di lavoro. La legge si limita a stabilire che la pratica si svolga presso testate che abbiano certe caratteristiche professionali, che non sia saltuaria od occasionale e che alla stessa fac-

cia riscontro un effettivo apprendimento delle tecniche del lavoro giornalistico.

Il quadro di indirizzi stabilisce le condizioni che le scuole devono osservare per ottenere il relativo riconoscimento e quindi essere abilitate, attraverso pubblicazioni regolarmente registrate e diffuse, al tirocinio professionale.

Regole e garanzie certe e severe. Negli indirizzi si richiedono infatti: finalità esclusivamente formative e quindi trasparenza e autonomia delle fonti di finanziamento; esibizione delle convenzioni stipulate con le imprese editoriali per il necessario apprendimento pratico integrativo di quello svolto negli organi di informazione editi dalle scuole stesse; selezione pubblica obbligatoria per titoli ed esami (sono titoli preferenziali la laurea in materie umanistiche, sociali ed economiche o quella, auspicabile, in Scienze della comunicazione; la frequenza a corsi di specializzazione o di perfezionamento giornalistici; la qualità delle collaborazioni giornaltiche svolte); durata dei corsi minimo biennale; frequenza obbligatoria e a tempo pieno; programmi didattici di livello universitario sulla base dei seguenti orientamenti generali: sintesi-fusione sperimentale tra i due poli formazione culturale e professionale tecnica, metodologia di studi che armonizzi lezioni teoriche con le esercitazioni pratiche di tecnica e lavoro redazionale; qualità e numero dei docenti (giornalisti, studiosi ed esperti delle singole discipline, accademici universitari, tutor giornalisti che seguano gli allievi durante la pratica redazionale).

Le scuole, inoltre, dovranno essere attrezzate anche tecnologicamente. Oltre a pubblicare organi di informazione regolarmente registrati e diffusi, le scuole dovranno disporre di idonee attrezzature e supporti tecnologici adeguati agli obiettivi formativi. In particolare gli istituti dovranno disporre di una emeroteca e di una biblioteca specializzata nel campo delle comunicazioni di massa, di aule per le esercitazioni professionali dotate di videoterminali del tipo di *word processing*, di aule per i personal computers collegati a banche dati e agenzie, di attrezzature per le esercitazioni tecniche di impaginazione e titolazione. Gli istituti che intendono approfondire la formazione giornalistica in campo televisivo e radiofonico dovranno essere dotati di idonei studi e laboratori.

Questa decisione sul quadro degli indirizzi del Consiglio Nazionale è stata ampiamente e favorevolmente commentata ai vari livelli.

Carlo Gessa, ad esempio, rileva in proposito che

le caratteristiche socio-giuridiche della professione, riflesse nella ultraventicinquennale legge di disciplina, non consentono un mero allineamento delle condizioni di accesso ed esercizio a quelle delle altre professioni legislativamente organizzate (di antica e nuova data). Ciò per il fatto saliente che il giornalismo non è attività di settore, ma esperienza globale, informativa e critica, di ogni attività e realtà esistenziale.

Il Garante per l'editoria, poi, nella Relazione al Parlamento del secondo semestre 1988 e nelle successive relazioni del 1990, non solo ha pubblicato il quadro di indirizzi approvato dall'Ordine ma ha anche positivamente commentato la «novità» intesa come valida alternativa di accesso professionale «capace di assicurare e rappresentare garanzia di attitudine, valore e autenticazione professionale».

Delle decisioni dell'Ordine si è occupata anche la Presidenza del Consiglio dei Ministri che nel *Terzo Rapporto sullo stato dell'informazione in Italia* ha rilevato come il quadro recepisca

la decennale esperienza italiana dell'Istituto per la Formazione al Giornalismo (IFG) di Milano e che a sua volta si è ispirato al modello prevalente di scuole di giornalismo operanti in Europa. Da questi modelli (le scuole di giornalismo in tutto il mondo sono più di 700) emergono alcune costanti: l'incrocio didattico tra aspetti teorici e tirocinio pratico, il numero chiuso, il coinvolgimento di aziende editoriali, università e rappresentanze associative dei giornalisti. L'attivazione di questi meccanismi di riconoscimento delle scuole come abilitanti a rilasciare certificazione di praticantato ha fatto sì che la modellistica straniera, presa come riferimento dall'IFG di Milano e successivamente dalle delibere ordinistiche, si sia largamente imposta in tutte le esperienze e le iniziative in atto in Italia.

Citazioni positive dell'esperienza dell'Istituto per la Formazione al Giornalismo ma anche degli indirizzi dell'Ordine sono contenute in numerose pubblicazioni scientifiche (vedi ad esempio Ugo De Siervo, *Stampa e diritto pubblico*, in «Enciclopedia del Diritto», XLIII volume).

In ogni caso un primo bilancio di questo esperimento è stato tentato da un Seminario che si è tenuto a Napoli a fine ottobre dove direttori e docenti delle singole scuole hanno confrontato le diversità di modello e avanzato nuove proposte dell'Ordine dei Giornalisti.

Dalle relazioni presentate da ogni scuola abbiamo tratto qualche sintetico appunto.

Milano in 14 anni di vita ha diplomato 274 allievi che sono entrati quasi tutti nella professione; la metà di loro sono già capiredattore e

capiservizio. Gli allievi, in quanto operanti nelle testate laboratorio, sono iscritti al registro dei praticanti e, al termine del biennio di frequenza, accedono all'esame di idoneità professionale.

Attualmente l'IFG edita: «IFG Tabloid» inserto di 12 pagine del mensile «Ordine Tabloid», organo del Consiglio regionale dell'Ordine dei giornalisti della Lombardia; «IFG Informazioni», agenzia di servizi giornalistici, inchieste e attualità: ha periodicità quindicinale con un supplemento speciale «A Milano» curato dagli allievi del corso grafico; «Speciale FM»: testata radiofonica di notiziari e di inchieste forniti ad alcune emittenti private.

Gli allievi partecipano, inoltre, con la scrittura di testi in inglese e in francese, alla redazione di «Euroreporter», rivista a cura del Coordinamento delle scuole europee di giornalismo. E l'IFG fa parte dell'Association européenne pour la formation au journalisme.

Per il prossimo biennio la principale novità è rappresentata dall'introduzione di un corso propedeutico in giornalismo scientifico (storia della scienza e della tecnica; epistemologia e metodi della ricerca; linguaggi della comunicazione scientifica; etica della scienza; fonti della informazione scientifica).

E' prevista anche una organica collaborazione con l'agenzia di stampa della Giunta Regionale (ex ufficio stampa) con la produzione, d'intesa con il centro audiovisivo della Regione, di cassette con servizi televisivi.

Parte dell'attività didattica si svolge all'esterno dell'IFG con la frequentazione delle sale stampa della Questura, del Palazzo di Giustizia, del Consiglio Regionale e dei Consigli Comunali, della Borsa ma anche degli stadi, dei teatri, delle sale di concerto e con viaggi di studio in Italia e all'estero.

Sono previsti scambi con gli allievi di altre scuole europee.

Gli allievi partecipano a concorsi interni ed esterni per borse di studio. I posti a disposizione per il biennio 1991-93 sono 50 di cui 10 riservati alla specializzazione in comunicazione scientifica.

All'esame scritto di selezione sono stati ammessi 403 giovani, 254 dei quali donne e 122 in possesso di laurea.

Con l'anno 1991-92 si concluderà il corso sperimentale di giornalismo grafico al quale sono stati ammessi 15 elementi.

In generale, par di notare come l'IFG si sia trasformato gradualmente in un istituto di preparazione giornalistica a carattere post universitario, il che richiederà una messa a punto dei rapporti con le università milanesi.

L'Istituto per la formazione al giornalismo di *Urbino* è stato costituito su base paritetica fra l'Università e l'Ordine regionale delle Marche ai quali si sono poi aggiunti la FNSI e l'industriale Gianfranco Zoppas.

Gli allievi hanno trovato disponibili 30 posti di lavoro computerizzati che hanno consentito di pubblicare il periodico «Il Ducato» diffuso in 4000 copie in 32 punti vendita della zona.

Sono stati anche allestiti uno studio radiofonico e uno televisivo che hanno prodotto sia collegamenti in diretta con Speciali del GR1 sia servizi utilizzati dalla Sede regionale della RAI di Ancona.

Per il secondo anno è prevista l'istituzione di un'agenzia da trasmettere per fax ai media locali.

Gli allievi di Urbino sono assistiti da un contributo della Regione che interviene finanziariamente anche a sostegno dell'Associazione.

Il corso biennale di *Bologna* è iniziato con cicli introduttivi e per le discipline culturali e per le discipline professionali, della durata di 3 mesi; è proseguito con la pratica professionale ed è stato integrato da *workshops* e da incontri pubblici.

Per quel che riguarda la sperimentazione redazionale, gli allievi sono stati organizzati non più secondo schemi scolastici, ma redazionali; sono state realizzate quotidianamente due-tre pagine di giornale e sono iniziate le trasmissioni di un'agenzia di informazione («la Stefani»).

L'Istituto ha poi avviato utili collaborazioni con la Federazione dei Periodici del Volontariato e con l'INDACO (Istituto Nazionale di Didattica e Aggiornamento per la Comunicazione), creato dall'Università e dai servizi autonomi di Trento.

Milano Cattolica. Per la Sezione giornalismo della Scuola di Specializzazione in Comunicazioni Sociali (SSCS) dell'Università Cattolica di Milano, i punti qualificanti sono cinque:

a) sfruttamento dell'apparato didattico e di ricerca dell'Università per la costituzione di una base teorica. Ciò avviene all'interno del primo e del secondo anno di frequenza della SSCS;

b) inserimento di insegnamenti teorico-pratici specifici per la SSCS (quali, ad esempio, Retorica, Dottrina e tecnica del giornalismo, Disciplina giuridica dei mezzi di comunicazioni di massa, ecc.);

c) esercitazioni pratiche e di giornalismo radiofonico e televisivo, di agenzia stampa ecc., nel secondo e terzo anno;

d) pratica giornalistica presso la testata interna «Comunicazioni sociali notizie». Si tratta di un vero e proprio periodico mensile, la cui redazione è costituita dagli studenti del secondo e terzo anno della Scuola. Gli studenti svolgono in tal modo il loro praticantato, riconosciuto dall'Ordine per il numero di dieci praticanti all'anno. La testata vuole costituire un vero e proprio momento di scuola-bottega, mettendo a confronto gli studenti e alcuni giornalisti professionisti;

e) *stages* presso testate quotidiane, settimanali e mensili, nonché presso radio e televisioni private. La durata media è di due mesi (comunque prorogabili nel caso di accordo tra stagista e azienda). L'esperienza di *stages* è stata riconosciuta come molto utile proprio sul piano didattico (sostituisce quel contatto diretto con l'ambiente di lavoro che la Scuola da sola non può dare); in tal senso gli *stages* durano tutto l'anno (pur intensificandosi nel periodo estivo) e possono sostituire per il singolo studente (dietro parere favorevole del Direttore della Scuola e del Direttore di Sezione) parte dell'attività didattica interna.

I problemi emersi a *Napoli* - dove è stata decisa la creazione di un Comitato di coordinamento con sede presso l'Ordine nazionale - sono in gran parte comuni e riguardano i criteri di selezione, gli *stages* (Urbino ha lamentato la concorrenza impropria di scuole private; Bologna non è riuscita a superare l'ostilità pregiudiziale della Poligrafici Editoriale nei confronti di tutte le scuole sostitutive del praticantato), la collaborazione possibile con i comitati regionali radiotelevisivi, gli scambi europei.

Quanto a nuove proposte, vanno elencate quella dell'Ordine regionale dei giornalisti del Veneto (che aveva formalizzato un'intesa con l'Università di Padova, poi arenatasi, e con la Regione Veneto), l'impegnativo progetto dell'Associazione Stampa romana che sta ricercando un'intesa con la FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), quella dell'Ordine di Napoli che ha lanciato l'idea di una scuola di giornalismo per il Mezzogiorno nel corso del convegno che si è tenuto nel capoluogo partenopeo a fine ottobre.

I contatti con il rettorato e l'università sono già avviati - sostiene Ermanno Corsi, Presidente dell'Ordine di Napoli - e comunque non si parte da zero: ci sono esperienze positive svolte a livello universitario negli anni passati, come i seminari di Mazzoni, le lezioni di Abruzzese e Rossella Savarese, le iniziative di Marselli, di Scirocco, e quelle che al Suor Orsola prese il compianto Marcello Franchini. Sarà una scuola seria, perché questo dà autonomia, quindi libera dall'incubo dell'appartenenza e dalla cooptazione. Essendo legata al mercato del lavoro, sarà sottratta all'incubo della lottizzazione. Non ci sarà bisogno di sponsor diversi da quello costituito dalla propria professionalità. Dovrà rilanciare la cultura dell'attenzione al Mezzogiorno nel circuito dell'informazione. Niente ha nuociuto al Sud più dell'ignoranza, diceva Cuoco. Parafrasandolo, potremmo aggiungere che niente lo ha danneggiato più della cattiva lettura dei suoi problemi.

2. Le università

Il piano quadriennale di sviluppo dell'Università italiana 1986-90 finanzia l'istituzione di corsi di laurea in Scienze della comunicazione presso le Facoltà di Lettere di Salerno, Siena e Torino, ma sono in lista di attesa una ventina di atenei, alcuni dei quali, come la Facoltà di Sociologia di Roma, «La Sapienza», addirittura con una organizzazione preparatoria più avanzata tanto è vero che sui giornali romani del settembre 1991 era stata preannunciata l'apertura delle iscrizioni.

Presso il CUN giacciono da tempo due richieste di altrettante scuole di specializzazione da parte degli atenei di Torino e di Trento; quest'ultimo dovrebbe aver rinunciato al progetto a favore di un master e dell'Istituto di studi, INDACO, per la didattica e l'aggiornamento professionale.

L'ateneo romano di Tor Vergata da anni gestisce una scuola di specializzazione in giornalismo medico.

Avevano elaborato progetti articolati la Facoltà di Magistero dell'Università di Padova, in accordo con l'Ordine regionale dei giornalisti del Veneto, e la Facoltà di Magistero di Genova.

L'Università di Venezia ha programmato un corso di diploma per nuove figure professionali che studino il linguaggio e i meccanismi dei mass media a Treviso.

L'ISCOS (Istituto di Scienze della Comunicazione Sociale) di Roma ha avviato corsi a numero chiuso per studenti del terzo mondo.

In un convegno a Torino si è parlato di un progetto per realizzare

entro il 1992 la prima università europea della comunicazione, progetto basato su sedi itineranti con una formula di seminari *post lauream* aperti non solo a giornalisti ma anche a professionisti p.r.

Sempre sul fronte universitario, si profilano anche accordi innovativi come quello possibile tra Siena, che avrebbe il corso di laurea, e Firenze, che avrebbe il corso di diploma.

A Firenze il centro che fa capo a Giovanni Bechelloni ha avviato corsi per pubblicitari ed elaborato un progetto di scuola professionalizzante.

3. Le scuole aziendali

La RCS Editori ha bandito anche per l'anno 1992-93 un concorso per borse di studio presso la Scuola di giornalismo Rizzoli-Corriere della sera «Gino Palumbo» con sede a Milano, pur diminuendo il numero da 25 a 12.

La Scuola «Gino Palumbo» - afferma il direttore Manlio Mariani - è basata sulla ricerca delle conoscenze sufficienti a controllare tutto il percorso della formazione della notizia. Si opera un collegamento fra diritto, economia, psicologia, epistemologia con la pratica di lavoro giornalistico, giorno per giorno. L'avvenimento viene «smontato» nelle sue «unità informative», che poi sono i mattoni indispensabili per creare un racconto. Si studia la gerarchia delle varie unità, cioè la catena logica necessaria al progetto di un articolo completo, informato, efficace. Gli allievi passano diverse ore al giorno sulla tastiera del computer. Ogni lezione diventa occasione di dispense e articoli. Per la cronaca, bianca o nera, si ricorre a simulazioni attraverso l'agenzia di stampa a cui la scuola è collegata. Oppure, e con frequenza, si fanno esercitazioni basate sulla visione di telefilm e la conseguente narrazione dei fatti, nei termini di tempo e di spazio prefissati.

Largo spazio è destinato al sistema editoriale e grafico: redazione con video-terminali, acquisizione automatica agenzie a video per lavorare sulla notizia in tempo reale, titolazione e impaginazione.

Iniziative formative rivolte ai praticanti assunti sono realizzate periodicamente dall'ANSA sotto la direzione di Sergio Lepri e di recente anche da «Rete A».

Va sottolineato in argomento che il nuovo contratto di lavoro ha previsto, per la prima volta, di affiancare il periodo dentro le aziende con momenti formativi teorici.

Grande interesse ha sollevato l'annuncio fatto dalla RAI durante

«Umbria fiction» di una scuola aziendale della stessa RAI a Perugia con lo stanziamento di sei miliardi.

Contatti sono stati già avviati con il Centro di Studi Sociali della Facoltà di Economia e Commercio dell'Ateneo di Perugia che per conto suo sarebbe intenzionata ad attivare un diploma di giornalismo.

La RAI ha anche organizzato un breve corso di aggiornamento professionale per i praticanti risultati idonei nel secondo concorso nazionale bandito dall'Azienda, ma questo corso è assimilabile a quelli dell'ANSA e di «Rete A» secondo l'ipotesi contrattuale suggerita a suo tempo, sia pure con maggiori spazi e migliore articolazione, dall'Ordine professionale.

Scuole aziendali, va ricordato, esistono anche all'estero, come la scuola Henri Nannen ad Amburgo, organizzata dalla Gruner e Jahr e dal giornale «Die Zeit», la scuola Axel Springel a Berlino e quella creata dal Gruppo Ringier nella Svizzera tedesca.

4. *Le iniziative private*

Le iniziative private si moltiplicano e si ha anche una sorta di timore nel farne cenno per non innescare meccanismi di indiretto riconoscimento, ma la realtà è talmente imponente che non si può tacerla. Ci limitiamo peraltro a qualche citazione di casi che rispondono a sollecitazioni del mercato.

Nel giugno 1991 si è concluso il terzo corso «Progetto Marzotto» per 25 aspiranti giornalisti di moda.

A Venezia, sotto la direzione del prof. Giampaolo Fabris dell'Università di Trento, è stato inaugurato un *master* in comunicazione d'azienda aperto a 30 laureati selezionati tramite colloqui e test psicoattitudinali; i docenti hanno ricercato un *mix* di formazione accademica e professionale che si è sviluppato nel *training* a diretto contatto con il mondo del lavoro.

Un analogo *master* promosso da Publitalia a Milano è giunto alla terza edizione, frutto della collaborazione tra le cinque università di Milano e un gruppo di aziende.

Il Centro Studi Comunicazione di Roma, dal 1978 al 1991, ha avuto 1700 matricole.

A Trapani la Libera Università del Mediterraneo ha avuto nel 1990 una scuola superiore di giornalismo.

Di scuola di giornalismo si è parlato anche a Mantova ad iniziativa del Centro di psicologia del lavoro.

A Roma la Scuola di giornalismo «Dante Alimenti» dell'Ente dello Spettacolo funziona a numero chiuso con 20 allievi secondo lo schema stabilito dall'Ordine nazionale dei giornalisti, ma non ha avuto il riconoscimento ordinistico.

5. Le nuove esperienze europee

Le scuole di giornalismo dell'Ordine e la scuola della LUISS aderiscono alla AEFJ (associazione europea di formazione al giornalismo) lanciata nel 1987 a Bruxelles dal «Comité de liaison des centres européens de formation au journalisme». L'Associazione ha tenuto riunioni a Utrecht, Aarhus e Dublino ed ha promosso, unitamente alla CEE, un interessante incontro di studi a Bruxelles.

In quella sede è emerso che le esperienze europee, largamente diverse da quelle degli Stati Uniti, hanno segnalato che la produzione di informazione presuppone un'attitudine personale e una serie di conoscenze tecniche - il che concorre a costituire una professione ma che il ruolo giocato dal giornalista nella società esige anche una coscienza sociale e una deontologia. Quando si parla di formazione al giornalismo - è stato detto in quella sede - bisogna anche preoccuparsi di un legislazione generale e di statuti di impresa che garantiscano qualità e indipendenza dell'informazione.

Per le università, dal punto di vista didattico, le tematiche sono per lo più comuni: il ruolo da riservare alla formazione in azienda, la strutturazione del ciclo universitario, la selezione degli allievi, le relazioni con la professione.

I programmi di insegnamento sono organizzati per lo più su due-tre anni, ma non mancano corsi di un anno.

Quasi dappertutto si privilegia il numero chiuso.

In quasi tutti i paesi, accanto alle scuole di giornalismo, sono attivi corsi di laurea, taluni risalenti agli anni Trenta, ma per lo più istituiti - come già ricordato all'inizio - dal secondo dopoguerra; un particolare impegno è proprio delle università cattoliche.

Per quel che riguarda la definizione dei corsi si hanno indicazioni generali: comunicazioni sociali, comunicazioni di massa, *media studies*, scienza della comunicazione, scienza dell'informazione,, scien-

ze e tecniche dell'informazione e della comunicazione, comunicazione, informazione e giornalismo.

In quasi tutti i paesi d'Europa le istanze accademiche sono generalmente refrattarie a lasciare spazio ai rappresentanti della professione e non sempre la logica dello sviluppo universitario tiene conto delle possibilità del lavoro; ci sono comunque grandi differenze da un paese all'altro, mentre i modelli sono più simili per quel che riguarda le scuole di giornalismo o nazionali (dunque uniche, come nel caso della Danimarca e inizialmente, ma non ora, dei Paesi Bassi) o regionali.

Nel caso delle scuole professionali i docenti giornalisti sono in maggioranza nel corpo docente; quasi tutte le scuole realizzano dei giornali e delle trasmissioni radiotelevisive.

Tutte le scuole riconoscono grande importanza agli *stages* che variano però nella loro durata, da un massimo di un anno e mezzo a un minimo di qualche mese.

In tema di Europa è forse precisare che la CEE si è sempre dichiarata contraria ad un intervento diretto in materia di formazione al giornalismo e che è ferma la direttiva comunitaria relativa ad un sistema generale di riconoscimento dei diplomi di istruzione superiore che sanzionano formazioni professionali di una durata minima di tre anni.

Le «Assise europee della stampa scritta», che si sono tenute a Lussemburgo dal 2 al 4 aprile 1991, si sono concluse con il rifiuto della commissione a procedere a un quadro giuridico-normativo di carattere comunitario e allo stesso varo di un organismo consultivo permanente, ma hanno sancito l'impegno di realizzare un centro europeo per la formazione al giornalismo promossa dall'Associazione e da sostenersi finanziariamente da parte della CEE.

Il momento di transizione che stiamo vivendo in Italia ha suggerito all'Ordine professionale, dopo il grande impulso degli anni 1989-90, una pausa di riflessione.

Anche la FIEG, che pure a suo tempo aveva incoraggiato la scuola di specializzazione della LUISS e che aveva ripetutamente dibattuto il tema in incontri, seminari e sulle colonne della rivista «L'Editore», ha preferito una cauta politica di attesa, concordando con la FN-SI di non affrontare l'argomento in sede di rinnovo contrattuale, ma rinviando il confronto a incontri bilaterali, allargati all'Ordine professionale, da tenersi in sede extra contrattuale.

Presso la Commissione Cultura della Camera dei Deputati giace la proposta di legge n. 3790 presentata il 5 aprile 1989 da un gruppo di deputati rappresentativi di quasi tutti i partiti, primo firmatario l'on. Luciano Azzolini, per una nuova disciplina dell'accesso e per la formazione professionale.

Né l'Ordine professionale né il Sindacato né, men che meno, gli Editori hanno sollecitato con forza la messa all'ordine del giorno di questa proposta con la nomina di un relatore.

La pausa di riflessione o la politica di attesa si giustificano peraltro anche per l'opportunità di mettere a fuoco alcuni nodi: una più precisa formalizzazione della parte tecnico-pratica; la necessità di studiare una maggiore adattabilità e flessibilità della parte teorica dell'insegnamento; lo studio di strumenti che possano correggere la tendenza che in tutti i paesi d'Europa - e l'esperienza dell'IFG di Milano ne è puntuale conferma - fa sì che i diplomati delle scuole di giornalismo, pur provenienti in gran parte dalla provincia, finiscano per trovare occupazione nelle grandi capitali dell'editoria impoverendo ulteriormente le zone di origine; la necessità di non privilegiare il giornalismo scritto ma di far fronte anche ai bisogni del giornalismo radiotelevisivo con la difficoltà di ricercare una solida formazione comune e generale; l'aumento in tutti i paesi d'Europa degli spazi dei giornalisti a tempo parziale - in Italia pubblicisti - e per scelta individuale e per orientamento degli editori che preferiscono impiegare giornalisti fotografi e addirittura équipes di reporters *free lance*.

In tutta Europa ci si interroga inoltre sulle implicazioni di un iter formativo articolato: l'opportunità di avere una formazione generale di tipo universitario aggiunta alla necessità di una formazione specifica ripropone il rischio di fare del giornalismo una carriera riservata a giovani dell'alta borghesia, i soli in grado di reggere un lungo processo formativo, e questo introdurrebbe una rottura completa con la tradizione che vedeva, anche in Italia, il giornalismo come una carriera aperta a giovani e meno giovani di tutte le classi sociali.

L'apertura delle prime scuole ha già portato in ogni caso ad una modifica, ancorché timida, della domanda di lavoro. Va tenuto presente che finora la categoria - sia gli organismi giornalistici sia quelli editoriali - ha considerato l'assenza di disoccupati come un bene, un valore da difendere anche attraverso modalità di accesso molto chiuse e, di fatto, controllate.

L'affermarsi dell'università, anche se per i corsi di diploma è pre-

visto - benché con formulazione contorta - il numero programmato, il permanere per molti anni ancora delle forme di reclutamento tradizionale, potrebbero teoricamente portare anche l'Italia in una realtà futuribile dominata dalla legge di mercato. Tutti sono comunque più che convinti che l'attuale praticantato, benché migliorato e corretto dagli sforzi dell'Ordine professionale e dalle norme dell'ultimo contratto, è ben lontano dal garantire una compiuta preparazione; di qui la richiesta di norme sul reclutamento dei praticanti giornalisti, la domanda di concorsi pubblici per la RAI, il tentativo di alcune aziende, come «La Stampa» di Torino, di procedere a selezioni basate sulla meritocrazia.

Lo scandalo degli esami ha poi riproposto la tesi sull'utilità di un Ordine professionale.

Data la delicatezza riconosciuta della funzione del giornalismo, non si tratta evidentemente solo di interrogativi tecnico-culturali, ma di problemi di carattere tipicamente politico.

E' tuttavia certo che nel 1991 sono state poste le basi per una riforma dell'accesso.

LE RELAZIONI INDUSTRIALI

Il nuovo contratto di lavoro giornalistico

Il 30 luglio 1991 si è conclusa, con la sottoscrizione delle relative intese in sede ministeriale, la lunga vertenza sindacale per il rinnovo del contratto di lavoro giornalistico.

Dopo sei mesi di intenso e a tratti duro negoziato, dopo 12 giornate di sciopero, gli organi di rappresentanza degli editori e dei giornalisti, grazie anche alla mediazione del Ministro del Lavoro Franco Marini, hanno raggiunto un'intesa sulle nuove norme che disciplineranno «in via del tutto eccezionale» per quattro anni, sino al 31 dicembre 1994, il rapporto di lavoro giornalistico. Le quarantasette pagine dell'accordo (si veda il testo riportato in *Appendice*) contengono oltre quaranta modifiche alla disciplina contrattuale scaduta il 31 dicembre 1990.

Quali le novità più significative del nuovo contratto di lavoro giornalistico?

Innanzitutto, le nuove disposizioni relative al lavoro di desk, con la possibilità per i giornalisti che ricoprono tale ruolo, di una turnazione che preveda lo svolgimento per un giorno a settimana di altre funzioni redazionali (art. 7); poi, la revisione della disciplina relativa all'utilizzazione plurima del materiale giornalistico su più testate (sinergie) con la messa a punto di una procedura che vede l'esame dei piani aziendali affidato ad una commissione paritetica nazionale ed al confronto delle parti aziendali (art. 43); infine, l'istituzione di una Commissione paritetica nazionale cui è demandata la gestione applicativa e interpretativa del contratto nazionale e la costituzione di un Osservatorio per lo studio dei problemi connessi alla prevenzione e tutela della salute in relazione all'uso dei terminali (art. 47 e art. 42).

Novità significative devono essere considerate anche il diritto a 6 mesi di aspettativa per tutti i giornalisti che abbiano maturato 7 anni di anzianità aziendale (art. 23), l'abolizione del «tetto» del lavoro straordinario non più limitato, come nel precedente contratto, alla prestazione massima di 22 ore mensili (art. 7), e le nuove norme in tema di aggiornamento culturale-professionale (art. 45) sulle quali ci soffermeremo più avanti.

Il nuovo contratto di lavoro giornalistico sembra andare dunque nella duplice direzione della valorizzazione e della salvaguardia del ruolo e della professionalità giornalistica (articoli su desk e sinergie,

praticantato e aggiornamento professionale) e di una più decisa promozione delle relazioni industriali; in particolare la Commissione paritetica nazionale in quanto luogo di «gestione applicativa e interpretativa del contratto nazionale» sarà chiamata ad esprimere «pareri in ordine alla futura evoluzione contrattuale della normativa sulla base delle esperienze realizzate e delle questioni insorte in sede di applicazione» (art. 47).

Nessuna traccia invece, nel nuovo contratto, di alcune richieste di carattere normativo contenute nella piattaforma contrattuale elaborata dalla FNSI, ed in particolare della proposta di modifica dell'art. 6 sui poteri dei direttori che tanto ha infiammato la prima fase del negoziato.

Avanzata dalla FNSI, la proposta di modifica dell'art. 6 - che prevedeva tra l'altro il voto di fiducia dell'assemblea dei redattori sul programma del nuovo responsabile di testata (che se respinto doveva essere ripresentato modificato entro trenta giorni) e la sfiducia motivata che avrebbe potuto costituire «giustificato motivo» per la risoluzione del rapporto di lavoro del direttore - è infatti stata duramente respinta dalla FIEG con la giustificazione che, ponendo in discussione il ruolo dell'editore e del suo più diretto collaboratore (il direttore, appunto), essa risultava di fatto incompatibile con le prerogative di impresa:

Quando si chiede che l'editore non possa scegliere liberamente il direttore, ma che questi debba essere sottoposto al voto di «fiducia» della redazione e che il direttore che non riceve quella «fiducia» o che la perda successivamente possa venir licenziato per giusta causa, non si dice praticamente che l'editore è, tutt'al più, un imprenditore «dimezzato» cui viene tolto uno dei poteri fondamentali che è quello di scegliere e di cambiare i suoi più diretti collaboratori?¹.

L'attuale disciplina contrattuale sancisce infatti che

L'editore ha diritto insindacabile di scelta e di nomina del direttore. Una volta determinatosi nella scelta e nominato il direttore con la sottoscrizione del contratto di lavoro e con il perfezionamento degli accordi che lo accompagnano - per quanto concerne la facoltà, l'individuazione della linea politica alla quale il direttore deve attenersi e le condizioni per l'organizzazione e lo sviluppo del giornale - l'editore è tenuto a comunicare tale nomina al comitato di redazione con priorità rispetto a qualunque comunicazione a terzi, almeno 48 ore prima che il nuovo direttore assuma la carica².

Ma quali motivazioni hanno spinto la FNSI ad avanzare la richiesta di modifica dell'art. 6?

La FNSI esclude che con essa si sia voluto proporre una soluzione del tipo «portoghese», tendente a vanificare il potere del direttore contrapponendogli un super-potere assembleare.

Secondo la FNSI la questione dell'art. 6 è assolutamente centrale e essenziale per il futuro della stampa e la richiesta di modifica si inserisce nel quadro delle mutate realtà redazionali. In rapporto ad esse - secondo la FNSI - l'attuale formulazione dell'art. 6 risulta del tutto inadeguata.

Le aziende avrebbero infatti già «svuotato» alcune delle funzioni assegnate al direttore: attraverso le assunzioni «guidate», le scuole giornalistiche aziendali, l'intervento del marketing, i nuovi modi di organizzazione del lavoro.

Come conseguenza dell'indebolimento delle direzioni, le redazioni sarebbero sempre più allontanate da un rapporto dialettico e produttivo (sotto il profilo sindacale e professionale) con la direzione. E' dunque all'interno di questa prospettiva che andava collocata la proposta di modifica presentata dal sindacato dei giornalisti.

Altro punto controverso e nodo irrisolto della trattativa, la questione dell'esclusiva, ha messo a confronto due diversi modi di intendere il lavoro giornalistico.

Nella proposta di modifica dell'art. 14 contenuta nella piattaforma contrattuale della FNSI si leggeva che «la cessione di articoli deve essere contrattata e deve prevedere un analogo diritto di cessione per il giornalista».

Anche in questo caso, deciso è stato il rifiuto della FIEG:

Quando si chiede che il contratto di lavoro dipendente del giornalista non contenga, in sé, l'obbligo di lavorare esclusivamente per l'impresa da cui dipende, ma che questa esclusiva deve essere «contrattata» a parte, non si dice che il giornalista dipendente sia trattato come il professionista autonomo?³.

Tornando alle principali novità del nuovo contratto va sottolineato come la nuova disciplina contrattuale abbia recepito le proposte formulate dall'Ordine dei giornalisti in tema di praticantato (art. 35) e di aggiornamento culturale professionale (art. 45).

Sul praticantato, il nuovo contratto prevede per l'editore l'obbligo di comunicare l'assunzione del praticante

all'Associazione di stampa della regione dove ha sede il giornale, al Consi-

glio regionale dell'Ordine, alla CASAGIT e alla commissione paritetica di cui all'art. 4, con lettera raccomandata entro 10 giorni.

Ai fini della più compiuta formazione professionale, il praticante sarà:

- impiegato a rotazione in più servizi redazionali e anche presso redazioni decentrate - previo rimborso delle spese concordate - e, comunque, assegnato per almeno due mesi, anche non continuativi, alla redazione centrale;
- affidato alla guida di un capo servizio o di persona dallo stesso delegata.

Forme integrative di formazione professionale del praticante potranno essere attuate in sede dalle aziende o utilizzando qualificate strutture formative esterne private e pubbliche, a tale fine le aziende esaminano eventuali proposte dei c.d.r.

Infine,

sulla base delle indicazioni fornite dai direttori le aziende informeranno i comitati di redazione dei criteri adottati per la selezione dei praticanti da assumere, tenuta presente anche la posizione di coloro che già collaborano con l'azienda.

In tema di aggiornamento professionale (art. 45), il nuovo contratto stabilisce che

- ciascuna azienda favorirà la partecipazione di singoli giornalisti a corsi di aggiornamento, seminari, iniziative culturali professionali attinenti le loro specifiche competenze previo parere del direttore sulla base di idonea documentazione; è rinviata alla sede aziendale la regolamentazione degli aspetti relativi ai periodi di permesso retribuito e di concorso alle spese;
- le Federazioni contraenti promuovono e organizzano, annualmente e congiuntamente - in collaborazione con gli organismi professionali - corsi di aggiornamento culturale-professionale stabilendone di volta in volta programmi, durata, modalità di partecipazione dei giornalisti, e concorso delle aziende agli eventuali oneri. Le Federazioni medesime valuteranno periodicamente i risultati delle esperienze realizzate a livello aziendale in materia di aggiornamento professionale.

Conclusioni

In conclusione, il nuovo contratto di lavoro giornalistico segna un passo in avanti nella salvaguardia della professionalità giornalistica nel quadro delle nuove realtà redazionali e aziendali.

In questa prospettiva vanno collocate le nuove norme riguardanti

il lavoro al desk, che offrono al giornalista addetto alle funzioni di editing la possibilità di essere assegnato «per un giorno alla settimana» ad «altre mansioni che comportino l'uso dei VDT (compresi i p.c. redazionali collegati o meno al sistema) esclusivamente per la stesura di articoli o di altro materiale giornalistico di propria elaborazione» (art. 7).

Anche i due nuovi istituti, la Commissione paritetica nazionale e l'Osservatorio «per lo studio dei problemi connessi alla tutela della salute e integrità dei giornalisti in relazione all'uso dei sistemi elettronici editoriali» introducono nella disciplina contrattuale ulteriori elementi di garanzia per i giornalisti. Il loro corretto funzionamento dovrebbe tra l'altro ovviare parzialmente ad uno dei problemi che ostacolano uno svolgimento più lineare delle trattative sindacali: la mancanza, la dispersione, l'oscurità dei dati «veri» sul lavoro giornalistico, mancanza e oscurità che è stata ed è alla base - per diretta ammissione di entrambe le parti - di molti conflitti «artificiali».

Le questioni scottanti riguardanti i poteri del direttore e l'autonomia delle redazioni restano sullo sfondo di questo contratto, ma ormai su questi punti cresce la sensibilità della categoria giornalistica. Chi decide, chi fa il giornale? Questa domanda ha certamente un futuro nel dibattito sulla professione giornalistica, tanto più che il nuovo contratto sembra aver addirittura rafforzato i poteri del direttore - si vedano in proposito l'art. 9 (firma degli articoli), l'art. 43 (sinergie), l'art. 44 (correttezza dell'informazione, rapporto tra informazione e pubblicità)⁴.

Note

¹ «L'editore», n. 194, aprile 1991, p. 21.

² ZINGONI G. - CILENTI R., *Il contratto di lavoro giornalistico*, Gutenberg 2000, Torino 1990, p. 66.

³ «L'editore», n. 194, aprile 1991, p. 21.

⁴ A questo riguardo, per un esame critico del nuovo contratto di lavoro, si veda ABRUZZO F., *Rafforzati i poteri del direttore. Dal Cdr più pareri e osservazioni*, «Tabloid», n. 9, novembre 1991.

DICHIARAZIONE DELLA FIEG

Nel momento in cui un lungo e difficile negoziato si conclude e diviene materia per gli storici si apre la fase, ben più importante, della gestione delle nuove regole che le parti si sono date; una gestione che dovrà misurarsi con scenari di mercato che destano forti preoccupazioni nell'ambito dei quali le parti, non più divise ma unite, dovranno operare per superare i pesanti momenti di crisi in vendite e pubblicità che tali scenari caratterizzeranno.

Ma la chiusura di un contratto è anche occasione di analisi di un percorso che, attraverso sei mesi di trattative ininterrotte, caratterizzate da confronti serrati, a volte laceranti (tredici giornate di sciopero), ha consentito comunque risultati che, garantendo il ruolo e le prerogative dell'impresa, forniscono risposte di livello alla professionalità giornalistica ed al suo quotidiano esplicarsi.

Tali risultati, che apparivano sei mesi fa impraticabili, sono stati resi possibili anche per l'attenta ed equilibrata mediazione del Ministro del Lavoro Franco Marini che ha consentito di accantonare richieste incompatibili con le prerogative di impresa e di trasferire il negoziato su temi ed argomenti più congeniali ai ruoli ed alle compatibilità di settore.

Le oltre quaranta modifiche normative apportate alla precedente disciplina contrattuale - alcune delle quali particolarmente rilevanti concernenti l'organizzazione del lavoro al desk, le procedure per l'attuazione di processi sinergici, la gestione dei problemi occupazionali, il godimento delle ferie arretrate, l'istituzione di permessi straordinari per gli inviati, la disciplina del periodo di praticantato, l'istituzione di un osservatorio per la salute, la costituzione di una commissione paritetica nazionale di gestione applicativa e interpretativa del contratto nazionale, l'informazione sui minori ed i soggetti deboli - testimoniano concretamente l'attenzione degli editori ad una valorizzazione del ruolo e della professionalità del giornalista.

In tale contesto debbono collocarsi gli impegni che discendono dalle intese sulla parte economica, impegni che, seppur omogenei rispetto a quanto realizzato per gli altri operatori del settore, appaiono estremamente onerosi pur nella vigenza quadriennale, comportando un maggior costo per ogni giornalista di circa 27 milioni e con un onere che solo per l'anno in corso è di circa 5 milioni considerando una tantum e contingenza.

Ma al di là dei suoi risultati, al di là delle sue premesse, al di là dell'asprezza del confronto, il negoziato che si è appena concluso deve rappresentare, così come sottolineato dal Ministro Marini, il recupero di un dialogo tra giornalisti ed aziende che può e deve continuare in modo serio e costruttivo ora più che mai rivolto a risolvere la difficile contingenza che attraversano le aziende del settore.

Può e deve continuare per consentire anche quelle meditazioni non più rinviabili sul ruolo dell'impresa e della professione per adeguarlo alla continua, profonda, rapida evoluzione del sistema globale dei mass media, meditazioni che non possono realizzarsi in sede di contratto nazionale la cui funzione è limitata alla disciplina degli aspetti tecnico-giuridici del rapporto di lavoro. E' questo il maggiore e più stimolante impegno che ho voluto ricordare, alla presenza del Ministro del Lavoro Marini, alle parti non più divise ma congiuntamente impegnate dalle gestione delle nuove intese contrattuali.

Giovanni Giovannini
Presidente della Federazione Italiana
Editore Giornali

DICHIARAZIONE DELLA FNSI

Il nuovo Contratto di lavoro giornalistico, conquistato con una vertenza lunga e decisamente difficile, è nelle mani della categoria. Una stagione sindacale aspra si è conclusa bene, anche se non benissimo, ma - come è necessario ribadire - il benissimo non esisteva.

Parte consistente delle difficoltà che abbiamo incontrato sono oggettive, non tattiche e appartengono allo stato delle cose: il rinnovo è caduto in una fase congiunturale estremamente difficile per le aziende editoriali che hanno subito, in questi mesi e durante il conflitto del Golfo, un calo degli introiti pubblicitari e una flessione delle vendite. Ci siamo trovati, quindi, a operare in un clima molto diverso e peggiore rispetto a quello ottimistico e positivo, nel quale si era realizzata la precedente rinnovazione contrattuale. Ciò nonostante possiamo sostenere che il risultato di questo contratto è largamente positivo per la categoria, sia sul piano economico che sul piano normativo.

A fronte del risultato, che in non pochi momenti è apparso addirittura irraggiungibile, vi è un unico sacrificio, che non va sottaciuto. Mi riferisco, naturalmente, alla quadriennalità della vigenza contrattuale. Si tratta, come abbiamo chiarito e come tutte le parti sanno, di una condizione assolutamente eccezionale, come è scritto nello stesso verbale che fa da premessa all'accordo raggiunto dinanzi al Ministro del Lavoro.

E' il sacrificio, non banale ma nemmeno estremo, che ci ha consentito di mantenere integri tutti gli automatismi contrattuali, a cominciare dagli scatti di anzianità, che gli editori chiedevano di rimettere in discussione. Esso appartiene a quella classe di compromessi che un sindacato, responsabile e lungimirante, deve saper accettare e gestire, all'interno della sua strategia.

Ciò che abbiamo ottenuto, sul piano economico, è oramai noto alla categoria, ma è bene ritornare sulle cifre, data la loro significatività e dato il contesto generale in cui si vanno a inscrivere. L'aumento mensile del minimo a regime varia dalle 700.000 lire per il redattore ordinario, alle 890.400 per il redattore capo. L'una tantum che copre gli aumenti retributivi per il 1991, parte da 4.500.000 per il redattore ordinario e arriva a 5.724.000 per il redattore capo. Gli aumenti dei minimi, ovviamente, avranno riflessi su tutti gli istituti contrattuali (scatti di anzianità, lavoro straordinario, 13^a mensilità, lavoro

domenicale, maggiorazione di agenzia, ecc.). Pertanto l'aumento reale medio contrattuale sarà di 1.260.000 lire al mese.

Il risultato economico, la cui entità risulta evidente, non ha comportato per altro alcun ripiegamento sostanziale sui nostri obiettivi in campo normativo. Ad iniziare dalla riscrittura che amplia e irrobustisce l'art. 43 sulle *sinergie*, che rafforza i poteri di intervento delle redazioni interessate a piani sinergici e traccia un itinerario procedurale di estrema garanzia per il sindacato. A conclusione della procedura contrattuale prevista dalla norma, qualora le parti non riuscissero a trovare un accordo, sarà attivato un tentativo di mediazione da parte del Ministero del Lavoro.

Di segno molto positivo è poi il complesso delle norme a tutela dell'occupazione, sia in presenza di piani sinergici che prevedano condizioni di eccedenze occupazionali, sia in occasione di chiusura di testate.

Un'altra importante conquista normativa è l'accordo sulla turnazione del lavoro al desk che affronta in maniera equilibrata un fenomeno che caratterizza sempre di più le redazioni e per il quale esiste una grande sensibilità della categoria. Si tratta di una importante apertura di possibilità verso forme di organizzazione del lavoro che i colleghi, se lo vorranno, potranno sperimentare, a cominciare da un nuovo e più soddisfacente rapporto delle redazioni con le tecnologie e con le nuove condizioni che esse comportano.

Nel senso della migliore qualità della vita dei giornalisti va l'introduzione di 5 giorni di riposo in più per gli inviati in servizio fuori sede per 30 giorni consecutivi e il diritto a 6 mesi di aspettativa per tutti i giornalisti che abbiano maturato 7 anni di anzianità aziendale.

Ancora, in tale direzione, deve essere considerato l'accordo sulle ferie arretrate, maturate sino al dicembre 1990, che sulla base di piani aziendali dovranno essere, nell'arco di vigenza contrattuale, godute da tutti i giornalisti.

Un'altra questione nodale e annosa, che ha trovato finalmente soluzione, è quella del tetto del lavoro straordinario. La previsione contrattuale di una prestazione straordinaria massima di 22 ore al mese era, nella maggior parte delle aziende, interpretata come diritto a non retribuire le prestazioni straordinarie date dai giornalisti oltre questo limite massimo. Questa interpretazione, assurda e illegittima anche sul piano giuridico, oggi è finalmente caduta.

Ulteriori conquiste contrattuali da sottolineare sono quelle sull'accesso alla professione, sul praticantato e sull'aggiornamento profes-

sionale. Abbiamo ottenuto, infatti, che le aziende, sulla base delle indicazioni fornite dai direttori, formalizzino al comitato di redazione i criteri per la selezione dei praticanti da assumere. E' questa una norma di grande importanza che apre una strada nuova all'accesso professionale, che tutto il sindacato è chiamato a percorrere con determinazione e coerenza. Per quanto riguarda i praticanti va ricordato che, d'ora in avanti, come chiedevamo, essi saranno affidati alla guida di un tutor per il periodo di pratica giornalistica e saranno loro garantite forme integrative di formazione professionale, utilizzando a tal fine «qualificate strutture formative esterne private e pubbliche»; anche in questo caso il comitato di redazione potrà formulare proposte operative all'azienda. Maggiore incisività è stata data anche alla normativa sull'aggiornamento professionale.

E' evidente che saranno il tempo e l'esperienza nell'applicazione del Contratto a fornire tutti gli elementi per dare un giudizio più articolato e preciso, ma già da oggi siamo convinti di aver tracciato con questo accordo le linee di una riprogettazione di tutto l'impianto contrattuale, capace di farne in futuro uno strumento più consono ai nuovi e crescenti livelli di responsabilità e impegno della professione come alle nuove caratteristiche assunte dall'insieme del mondo dell'informazione.

Giorgio Santerini
Segretario nazionale della Federazione
Nazionale Stampa Italiana

1. IL CONTRATTO DI LAVORO DEI GIORNALISTI

La FIEG e la FNSI, riunite presso il Ministero del Lavoro, sotto la presidenza del Ministro, ai fini del rinnovo del contratto collettivo di lavoro dei giornalisti, preso atto delle eccezionali circostanze in cui si è svolto il negoziato e dell'invito rivolto alle parti dal Ministro del Lavoro, convengono quanto segue:

A) il contratto avrà, in via del tutto eccezionale, una durata quadriennale, dall'1/1/91 al 31/12/94, per quanto attiene alle parti normative;

B) gli aumenti dei minimi decorreranno secondo le seguenti modalità, riferiti al livello parametrico del redattore ordinario (125):

1/1/92	300.000 lire
1/1/93	200.000 lire
1/5/94	200.000 lire

C) per l'anno 1991 sarà corrisposto un importo forfettario, sempre relativo al parametro 125, di 4.500.000 lire, erogato secondo le seguenti modalità:

luglio 1991	3.500.000 lire
marzo 1992	1.000.000 lire

Ai giornalisti di cui all'art. 36 del Ccnl verrà erogato in unica soluzione (luglio 1991) un importo di 1 milione. Ai corrispondenti pubblicisti, di cui all'art. 12 del Ccnl, rientranti nelle lettere c) e d), verrà erogato in unica soluzione (luglio 1991) un importo di 500 mila;

D) l'aumento dei trattamenti minimi

tabellari dei collaboratori fissi (art. 2), dei corrispondenti (art. 12) e dei giornalisti part-time (art. 36), sarà calcolato nella misura percentuale di aumento dei minimi del redattore ordinario, aumentando l'importo conseguente del 15%;

E) in sede di stesura sarà verificato con l'Inpgi il valore del contributo mensile da porre a carico dei datori di lavoro (art. 40) in relazione ai trattamenti previsti dall'art. 38 così come riformulato nella parte normativa;

F) l'anzianità contributiva previdenziale di cui al 3° comma dell'art. 33 del Ccnl è fissata in 33 anni, in luogo dei 34;

G) le parti concordano sui testi allegati al presente verbale, per le parti normative, salvo modifiche concordate eventualmente in sede di stesura;

I) nel mese di settembre 1993 sarà svolta una riunione tra le parti, che si avvarranno degli esiti eventualmente conseguiti dai diversi momenti di confronto previsti dal contratto, per esaminare il contenuto della normativa contrattuale, in rapporto all'evoluzione del settore, con particolare riferimento al progresso tecnologico;

L) le parti si danno atto che verificheranno entro il 1993 l'entità complessiva del lavoro domenicale;

M) le parti prendono atto della dichiarazione del Ministro del Lavoro, allegata al presente verbale.

Dichiarazione del Ministro

Nei casi in cui il ministero del Lavoro dovesse essere informato della sussistenza di un parere non unanime circa i piani sinergici, di cui all'art. 43 del contratto stipulato per i giornalisti tra FIEG e FNSI, il Ministro effettuerà un tentativo di mediazione, invitando le parti ad astenersi, in pendenza del tentativo, da scelte unilaterali o da azioni conflittuali.

Analogamente, il Ministro conferma la propria disponibilità a favorire il raggiungimento di un positivo accordo tra le parti ogniquale si debbano affrontare ripercussioni negative sull'occupazione del settore, che abbiano rilievo nazionale, a partire da quelle situazioni specificamente individuate nell'art. 4 e nell'allegato D del citato contratto. Naturalmente restano ferme le prerogative giuridiche delle parti.

Materia del contratto

ART. 1

Il presente contratto regola il rapporto di lavoro fra gli editori di quotidiani, di periodici, le agenzie di informazioni quotidiane per la stampa, le emittenti radiotelevisive private e gli uffici stampa comunque collegati ad aziende editoriali, ed i giornalisti che prestano attività giornalistica quotidiana con caratte-

re di continuità e con vincolo di dipendenza anche se svolgono all'estero la loro attività.

La legge su «Ordinamento della professione giornalistica» del 3 febbraio 1963, n. 69 garantisce l'autonomia professionale dei giornalisti e fissa i contenuti della loro deontologia professionale specificando che «è diritto insopprimibile dei giornalisti la libertà di informazione e di critica, limitata dall'osservazione delle norme di legge dettate a tutela della personalità altrui ed è loro obbligo inderogabile il rispetto della verità sostanziale dei fatti osservati sempre i doveri imposti dalla lealtà e dalla buona fede».

Contratti a termine

ART. 3

Sono nulli gli accordi che menomano i diritti stabiliti dal presente contratto.

Le assunzioni a termine sono disciplinate dalla legge 18 aprile 1962, n. 230 e successive modificazioni ed integrazioni. In relazione a quanto previsto dall'art. 23 della legge 28 febbraio 1987, n. 56 l'applicazione di un termine della durata del contratto di lavoro è altresì consentita nelle seguenti ipotesi:

- nella fase di avviamento di nuove iniziative editoriali;
- per sostituire giornalisti assenti per ferie;
- per sostituire giornalisti assenti per aspettativa.

L'incarico sarà limitato ad un periodo di tempo che non potrà comunque superare i dodici mesi e solo in

ragione di uno su dieci redattori o frazione di dieci salvo le assunzioni per sostituzione dei giornalisti assenti per ferie, malattia, gravidanza e puerperio.

Le assunzioni a termine per sostituzioni ferie, aspettativa o per nuove iniziative, compatibilmente con le esigenze redazionali ed organizzative, devono riguardare prioritariamente i giornalisti disoccupati iscritti nelle liste di cui all'art. 4 - situazione occupazionale - e devono essere notificate alla Commissione nazionale.

Sono pure ammessi i contratti a termine per i giornalisti assunti da giornali quotidiani e periodici, la pubblicazione dei quali abbia carattere temporaneo ed avvenga per un periodo di tempo predeterminato non superiore a dodici mesi.

Anche nei contratti a termine configurati nel comma precedente è obbligatoria la corresponsione dei minimi di stipendio nei casi in cui è dovuta a norma del presente contratto.

I contratti a termine che non si riferiscono ad una determinata specialità di rapporto cadono sotto la disciplina del presente contratto. In caso di anticipata risoluzione non dovuta a fatto o colpa del giornalista o in caso di cessazione del compimento del termine, essi comportano per il giornalista il diritto ad una indennità che in ogni caso non potrà essere inferiore a quella stabilita dal presente contratto per i rapporti a tempo indeterminato.

Tale indennità sarà assorbente di quegli indennizzi che fossero dovuti al momento della risoluzione del

rapporto in forza del contratto a termine.

Nel caso che gli indennizzi dovuti al momento della risoluzione del rapporto in forza del contratto a termine superassero l'ammontare della indennità stabilita dal presente contratto per i rapporti a tempo indeterminato, sarà corrisposto soltanto l'ammontare correlativo a tali indennizzi.

Assunzione - Periodo di prova - Situazione occupazionale

ART. 4

Assunzione - Periodo di prova

L'assunzione del giornalista per i rapporti previsti dal presente contratto deve risultare da atto scritto rilasciato al momento della sua entrata in servizio.

Il documento relativo non è, comunque, elemento necessario per la costituzione del rapporto di lavoro.

Nella lettera di assunzione dovranno essere indicate la qualifica e la retribuzione del giornalista, nonché la testata per la quale il giornalista è chiamato a prestare la sua opera.

All'atto dell'assunzione ai sensi degli artt. 1, 2, 12 e 36 potrà essere convenuto per iscritto un periodo di prova non superiore a 3 mesi (*). Durante tale periodo il rapporto di lavoro potrà essere risolto da ciascuna delle parti senza preavviso e con la sola corresponsione del compenso dovuto al giornalista per il periodo di servizio prestato.

Quando il rapporto sia divenuto definitivo, il servizio prestato durante

il periodo di prova verrà computato a tutti gli effetti nella determinazione della anzianità di servizio.

Il periodo di prova non è rinnovabile in alcun caso, neppure per intervenuti mutamenti nella direzione o nella proprietà della azienda. Non potrà essere sottoposto a periodo di prova il praticante che divenga professionista nella stessa azienda nella quale ha svolto il praticantato.

(*) In sede di stesura si considererà l'elevezione a 4 mesi.

Norma particolare

Le aziende, sulla base dei dati forniti dall'Inpgi, formuleranno previsioni sul movimento pensionistico annuale dei giornalisti occupati che, a richiesta, saranno portate a conoscenza dei comitati di redazione.

In deroga a quanto stabilito dal terzo comma del presente articolo, in caso di assunzione da parte di azienda editrice di soli periodici il giornalista può essere chiamato a prestare la sua opera per più testate che dovranno essere indicate nella lettera di assunzione.

Situazione occupazionale

1) E' istituita dalle parti una Commissione nazionale paritetica incaricata di verificare l'andamento dell'occupazione nell'ambito della categoria giornalistica e di accertare l'entità del fenomeno della disoccupazione al fine di agevolare il riassorbimento.

La Commissione procede con periodici aggiornamenti alla formazione e tenuta di elenchi distinti dei gior-

nalisti professionisti in stato di disoccupazione o in Cassa integrazione guadagni (Cig). L'iscrizione negli elenchi avviene previo consenso dei singoli censiti. Gli elenchi, in relazione alla provenienza dei giornalisti disoccupati, saranno suddivisi in: provenienti da quotidiani, da periodici, da agenzie di stampa, dalla Rai-Tv, da emittenti radiotelevisive private, da uffici stampa e da altre aziende.

Non possono essere iscritti negli elenchi dei giornalisti professionisti o, se inclusi, devono essere cancellati:

a) i giornalisti professionisti non iscritti all'Inpgi o per i quali da oltre cinque anni non risultino versati contributi Inpgi;

b) i giornalisti che, avendo uno o più rapporti continuativi ex artt. 2 e 12, percepiscono un compenso globale almeno pari alla retribuzione minima del redattore ordinario;

c) i giornalisti che godono di un trattamento pensionistico Inpgi almeno pari alla retribuzione minima del redattore ordinario.

I giornalisti posti in Cig a seguito di crisi o di cessazione di attività aziendale sono iscritti in un elenco speciale; a tal fine la Commissione potrà acquisire dall'Inpgi trimestralmente gli elenchi nominativi dei giornalisti disoccupati o posti in Cig che ricevono le relative prestazioni. Fermo restando quanto disposto dall'allegato protocollo D (Consultazione sindacale), i giornalisti che, cessato per qualsiasi motivo il trattamento di integrazione guadagni, restino senza occupazione, possono,

a domanda, essere trasferiti nell'elenco nazionale dei giornalisti disoccupati.

Sarà formato anche un elenco di praticanti che abbiano superato il periodo di prova e il cui rapporto di praticantato sia stato interrotto a seguito di chiusura o riduzione di personale di aziende editrici di quotidiani, periodici o agenzie di informazione quotidiane per la stampa che abbiano le caratteristiche previste dall'art. 27 della legge 5 agosto 1981, n. 416. L'iscrizione in tale elenco è consentita solamente ai praticanti provenienti da aziende associate alla FIEG.

2) Negli elenchi nazionali sono riportati per ogni iscritto i seguenti dati:

- a) provenienza aziendale, causa e data della risoluzione dell'ultimo rapporto di lavoro;
- b) data di iscrizione nell'albo - elenco dei professionisti - o nel registro dei praticanti;
- c) attività professionale svolta dal momento dell'iscrizione all'albo o nel registro;
- d) eventuale attività professionale in atto per incarichi ex artt. 2 e 12 del contratto nazionale di lavoro giornalistico o per libero esercizio dell'attività giornalistica;
- e) posizione previdenziale.

La Commissione nazionale fornirà direttamente alle aziende interessate all'assunzione dei giornalisti o praticanti iscritti negli elenchi ogni ulteriore informazione utile per la valutazione della posizione professiona-

le e delle esperienze specifiche maturate da singoli iscritti.

3) Al fine di consentire alla Commissione di valutare le possibilità di assorbimento del fenomeno della disoccupazione giornalistica, le aziende devono fornire alla Commissione stessa - per il tramite della FIEG - tutti gli elementi necessari per individuare la prevedibile domanda di lavoro giornalistico per effetto del pensionamento, delle nuove iniziative e per ogni altra eventuale causa.

Le aziende editoriali faranno pervenire trimestralmente alla Commissione nazionale paritetica FIEG e FNSI elenchi nominativi con le rispettive qualifiche dei giornalisti professionali e praticanti assunti e di quelli il cui rapporto di lavoro sia stato risolto per qualsiasi motivo.

L'assunzione di giornalisti e praticanti disoccupati o in Cig e di borsisti deve essere immediatamente comunicata dalle aziende editoriali alla Commissione nazionale.

4) Gli elenchi dei giornalisti e praticanti disoccupati o in Cig nonché i periodici aggiornamenti sono trasmessi a cura della FIEG a tutte le aziende associate ed a cura della FNSI a tutte le Associazioni regionali stampa perché siano notificati alle Direzioni ed ai Comitati di redazione della rispettiva competenza territoriale.

Sulla base delle assunzioni programmate dalle aziende associate e dei dati acquisiti dalla Commissione in relazione al punto 3 del presente paragrafo e all'art. 33, terzo e quar-

to comma del contratto nazionale di lavoro giornalistico, la FIEG e la FNSI con la collaborazione dei direttori attiveranno tutti gli strumenti atti a determinare il riassorbimento, entro il termine di scadenza del presente contratto, di una percentuale pari almeno al 40% del numero degli iscritti così come risultante alla data del 1° luglio 1991 negli elenchi dei provenienti da quotidiani, periodici ed agenzie di stampa. Le assunzioni dagli elenchi di altra provenienza sono computate agli effetti della determinazione della percentuale predetta.

La Commissione paritetica è impegnata ad operare affinché tale assorbimento, da parte delle aziende associate alla FIEG, avvenga con gradualità nell'arco di vigenza del presente contratto.

5) I dati e le notizie utili per l'esercizio delle facoltà previste dall'art. 22, 3° e 4° comma, del contratto nazionale di lavoro giornalistico verranno richiesti dalle aziende interessate all'Inpgi con lettera inviata per conoscenza anche alla FIEG, alla FNSI e alla Commissione nazionale. La Commissione nazionale paritetica ha inoltre facoltà di promuovere, d'intesa con il Consiglio Nazionale dell'Ordine e con l'Inpgi, nell'ambito delle rispettive competenze, tutte le indagini utili a verificare l'andamento del mercato del lavoro giornalistico con particolare riferimento all'accesso dei praticanti, all'iscrizione e al movimento dei giornalisti professionisti, alle previsioni di pensionamento in relazione all'età anagrafica e alla posizione contributiva,

all'applicazione della legge n. 903/1977 per quanto concerne l'accesso al lavoro e lo sviluppo della professionalità delle lavoratrici e la loro collocazione nell'organizzazione del lavoro.

6) La Commissione nazionale paritetica si riunirà almeno ogni due mesi per l'aggiornamento degli elenchi e per il controllo della corretta applicazione delle norme di cui al presente paragrafo, con particolare riferimento al punto 4.

NOTA A VERBALE

La FIEG e la FNSI si impegnano a realizzare annualmente un corso di aggiornamento professionale di contenuto tecnologico per i giornalisti privi di occupazione iscritti negli appositi elenchi.

E' demandato alla Commissione nazionale di stabilire criteri e modalità per la realizzazione del corso e di fissare il numero dei partecipanti.

Processi sinergici

Cessazione di attività e riduzione di organici

Qualora successivamente alla realizzazione dei programmi di integrazione e di supporto di cui all'art. 43 si determinino casi di cessazione dell'attività o riduzione di organici da parte delle redazioni interessate, sarà valutata in sede di confronto fra le parti interessate la possibilità di assorbimento in altre testate editate o controllate dallo stesso editore, il ricorso al blocco dell'avvicendamento, l'applicazione del terzo

comma dell'art. 33 e dell'art. 37 della legge 416 del 1981, 1° e 2° comma, la riduzione delle prestazioni straordinarie e il ricorso alle procedure di cui all'allegato D).

OCCUPAZIONE

In caso di cessazione di attività di una testata, l'editore e il comitato di redazione, assistiti dalla FIEG e dalla FNSI, si incontreranno al fine di verificare la possibilità di riassorbimento dei giornalisti e dei praticanti in altre testate della stessa azienda o dello stesso gruppo editoriale o di testate di società controllate.

Successivamente a tale verifica si farà ricorso alla applicazione della legge n. 416/1981.

Orario di lavoro - Settimana corta - Orario di chiusura

ART. 7

Le parti concordano nel ritenere che l'esercizio dell'attività giornalistica rende difficile l'esatta determinazione del numero delle ore di lavoro e della loro distribuzione.

Per i giornalisti professionisti di cui all'art. 1 del presente contratto è fissato un orario di lavoro di massima di 36 ore settimanali suddiviso, per effetto della settimana corta, in cinque giorni.

Ai fini del migliore assetto organizzativo e produttivo delle redazioni per i giornalisti normalmente addetti a servizi che esigono prevalente attività esterna nonché per esigenze specifiche di altri settori redazionali o per le caratteristiche particolari di

single testate, può essere concordata, d'intesa fra azienda, direttore e comitato di redazione la distribuzione dell'orario di lavoro settimanale in misura differenziata per i cinque giorni lavorativi della settimana.

Il direttore programma il lavoro dei giornalisti che svolgono esclusivamente attività di rielaborazione, adattamento dei testi con l'uso sistematico dei Vdt (compresi i p.c. redazionali collegati o meno al sistema), sulla base di periodi di turnazione che tengano conto delle esigenze specifiche delle redazioni. Tale turnazione deve consentire in armonia con le richiamate esigenze specifiche delle redazioni, l'adibizione dei giornalisti per un giorno alla settimana (escluse le ferie) ad altre mansioni per servizi che comportino l'uso dei Vdt (compresi i p.c. redazionali collegati o meno al sistema) esclusivamente per la stesura di articoli o altro materiale giornalistico di propria elaborazione. In relazione alle esigenze organizzative redazionali i suddetti giorni di turnazione potranno essere cumulati fino ad un massimo di otto giorni.

Il regime di turnazione previsto dal precedente comma, che non deve incidere sulla funzionalità organizzativa e sulla economicità della gestione, sarà programmato individuando le disponibilità, accertate dal direttore, sentito il c.d.r., degli altri componenti la redazione ad effettuare le prestazioni proprie dei giornalisti in turnazione e di questi ultimi ad assolvere le diverse mansioni loro affidate.

Per i periodici è consentita la distri-

buzione dell'orario di lavoro settimanale in misura differenziata per cinque giorni lavorativi della settimana.

Le modalità per l'applicazione di tali deroghe saranno concordate aziendalimente con il comitato di redazione.

In ogni caso la prestazione del lavoro giornaliero deve essere contenuta nell'arco massimo di 10 ore.

Il giornalista ha diritto oltre al riposo domenicale, ad un altro giorno di riposo retribuito infrasettimanale che non può coincidere con una festività.

Le ore di lavoro straordinario devono essere richieste e certificate dal direttore o dal capo redattore o dai capi servizio delegati e non possono, di norma, superare le 22 ore mensili.

In ogni caso l'opera richiesta e prestata al di là dell'orario, che dovrà essere in precedenza stabilito e comunicato settimanalmente all'interessato, oppure oltre l'arco di impegno, dà diritto ad un compenso straordinario pari alla retribuzione oraria maggiorata del 20%. La retribuzione oraria si ottiene dividendo la retribuzione mensile per ventisei e dividendo il quoziente che ne risulta per sei.

Per la determinazione della retribuzione oraria si terrà conto dei seguenti elementi costitutivi della retribuzione: minimo di stipendio, contingenza, scatti di anzianità, maggiorazioni contrattuali (escluse a questi effetti quelle per lavoro festivo e domenicale), eventuali superminimi.

I giornalisti che hanno scelto la cor-

responsione a forfait del compenso straordinario possono conservarla.

Qualora nelle redazioni, ed in particolare nei servizi di cronaca, si determinino circostanze che comportino il superamento non occasionale del limite di 22 ore di straordinario al mese, l'editore, il direttore e il comitato di redazione si incontreranno al fine di valutare le esigenze del servizio per individuare gli opportuni provvedimenti, idonei ad una migliore organizzazione del lavoro redazionale, eventualmente con revisione dell'organico relativo, ed alla soluzione di quei casi di giornalisti che assolvono mansioni che non consentono abitualmente l'osservanza dell'orario di lavoro.

Fermo restando il diritto a fruire del giorno di riposo derivante dalla applicazione della settimana corta, dall'osservanza degli orari di lavoro sono esclusi i direttori, vice direttori, condirettori, redattori capo, titolari o capi ufficio di corrispondenza dalla capitale, corrispondenti dalle capitali estere, capi o titolari degli uffici regionali delle agenzie di informazioni per la stampa, i critici, gli inviati, gli informatori politici e parlamentari e i vaticanisti: ad essi verrà corrisposta una indennità mensile compensativa non inferiore al 15% della retribuzione mensile (escluse a questi effetti le maggiorazioni per lavoro festivo e domenicale e, per le situazioni economiche in atto, la quota di superminimo individuale eccedente l'importo corrispondente al minimo tabellare della categoria di appartenenza), ove già non godano di un superminimo di almeno pari entità concesso a titolo

di lavoro straordinario.

L'indennità compensativa è assorbibile in tale superminimo sino a concorrenza.

Qualora il giornalista per cause di forza maggiore sia chiamato a dare la prestazione nel giorno di riposo derivante dalla settimana corta ha diritto di recuperarlo entro 30 giorni.

Ai giornalisti chiamati occasionalmente a prestare servizio esterno oppure occasionalmente in funzione di inviati, sarà riconosciuta una indennità giornaliera forfettaria per tale prestazione pari al 30% di 1/26 della retribuzione mensile. Tale indennità comprende il compenso dovuto per le eventuali ore straordinarie.

Restano salve le percentuali di miglioramento del lavoro straordinario più favorevoli attualmente in vigore nell'azienda.

Orario di chiusura

Il lavoro redazionale deve essere organizzato in modo da consentire che la chiusura delle pagine in tipografia avvenga entro e non oltre le ore 1,30 con proiezione verso ulteriori anticipi.

NOTA A VERBALE

Considerate le caratteristiche proprie e le modalità di svolgimento dell'attività giornalistica e le eventuali conseguenti pause di fatto, le parti si danno atto che per i giornalisti di cui al 4° comma del presente articolo, l'utilizzo giornaliero del Vdt (compresi i p.c. redazionali col-

legati o meno al sistema) non può coincidere con l'orario di lavoro previsto dal 2° comma.

Modifiche, cessione e pubblicazione di articoli

ART. 9

Modifiche ed integrazioni sostanziali ad ogni articolo o servizio filmato devono essere apportate con il consenso dell'autore, sempre che sia reperibile; l'articolo non dovrà comparire firmato nel caso in cui le modifiche siano apportate senza l'assenso del giornalista. Parimenti qualora i testi originali trasmessi anche dalle agenzie subiscano modifiche o integrazioni, dovranno essere pubblicati senza la firma dell'autore.

I redattori articolisti non possono cedere prima di sei mesi ad altri giornali o periodici gli articoli non pubblicati dal giornale o periodico al quale sono addetti senza previo consenso dell'editore, sentito il parere del direttore.

L'articolista, sia esso redattore, corrispondente, inviato speciale o collaboratore, può pubblicare in volume gli articoli inviati, siano o non siano stati retribuiti, tre mesi dopo la consegna dell'ultimo della serie, anche se non pubblicati dal giornale al quale erano destinati.

Per gli addetti ai periodici, il termine indicato nel comma che precede è di un anno, salvo diverso accordo scritto tra le parti.

Gli articoli che a giudizio del direttore nell'ambito delle sue prerogative, rivestono particolare importanza sono normalmente pubblicati con la

firma dell'autore. Analogo principio trova applicazione per i servizi dei giornalisti fotocinereporter e telecinereoperatori.

Nel rispetto delle prerogative del direttore i giornali devono normalmente indicare la fonte di provenienza (agenzie di informazione) degli articoli o servizi pubblicati senza la firma dell'autore.

Retribuzione

ART. 10

Il giornalista al quale si applica il presente contratto deve essere retribuito a stipendio mensile.

Quando non vi sia stipendio mensile la retribuzione deve essere ragguagliata, a tutti gli effetti, al mensile risultante dalla media delle retribuzioni degli ultimi dodici mesi.

Per le fattispecie previste dal terzo e quarto comma dell'art. 10 della disciplina collettiva andata in scadenza al 31.12.1990 (*) è dovuto, con decorrenza dall'1.4.1992, un trattamento economico pari a quello previsto per il lavoro straordinario.

Ai giornalisti di cui all'art. 11 dipendenti dalle agenzie di informazioni quotidiane per la stampa, verrà riconosciuta per la particolare natura delle loro prestazioni la maggioranza del 18% del minimo tabellare.

(*) Terzo e quarto comma dell'art. 10 del c.c.n.l. andato in scadenza al 31.12.1990.

NOTA A VERBALE

Per quanto attiene ai corrispondenti dall'estero ed ai giornalisti inviati

all'estero come corrispondenti è demandato alla sede aziendale l'esame dei problemi connessi con il trattamento economico in relazione alla oscillazione valutaria dei cambi, per l'individuazione di soluzioni di carattere equamente risarcitorio.

«Ai giornalisti di cui all'art. 11 che siano chiamati a prestare la loro opera, oltre il normale orario di lavoro, anche per un'altra testata di giornale quotidiano o periodico del medesimo editore sarà corrisposto, ove non esista, un compenso fisso da determinarsi in sede aziendale, sentito il comitato o fiduciario di redazione.

Al giornalista che occasionalmente sia chiamato a dare nella stessa giornata, oltre alla normale prestazione, altra prestazione piena per una differente testata dello stesso editore, è dovuto un ventiseiesimo della retribuzione mensile».

Qualifiche e minimi di stipendio

ART. 11

I minimi di stipendio spettanti ai redattori di giornali quotidiani, di agenzie di informazioni quotidiane per la stampa sono quelli fissati nella tabella allegata al presente contratto per le seguenti categorie:

a) redattore di prima nomina;

b) redattore con oltre 18 mesi di anzianità professionale; in relazione alla particolare preparazione, esperienza ed attività professionale svolta anche con compiti specifici, può

essere attribuita per iscritto al redattore, su proposta del direttore, l'equiparazione con il trattamento normativo e economico di cui alla lettera c). Tale equiparazione non altera i rapporti gerarchici in atto e non modifica le mansioni di fatto espletate.

Ai redattori di cui al comma precedente ed agli inviati può essere inoltre attribuita per iscritto, su proposta del direttore, l'equiparazione con il trattamento normativo e economico di cui alla lettera e) in relazione a rilevanti qualità e autorevolezza professionale. Tale equiparazione non altera i rapporti gerarchici in atto e non modifica le mansioni di fatto espletate.

Ai giornalisti ai quali siano state assegnate come mansioni ordinarie quelle di prestare la propria opera in servizi di inviato speciale, le norme del presente contratto si applicano con il trattamento previsto per il capo servizio; fermo restando il diritto alla corresponsione dell'indennità compensativa di cui al tredicesimo comma dell'art. 7, l'inviato speciale, quando non sia impegnato in servizi esterni, ha l'obbligo di prestare attività di redazione, nei limiti dell'orario previsto nell'art. 7, in mansioni che richiedono esclusivamente le sue specifiche competenze professionali.

Ai corrispondenti dall'estero residenti nelle seguenti capitali: Parigi, Londra, Bonn, Bruxelles, Washington, Mosca, Pechino, Tokyo e da New York, Berlino e Ginevra, è riconosciuta agli effetti del presente contratto l'equiparazione con la posizione categoriale di capo servizio;

c) vice capo servizio; nei servizi delle redazioni le cui esigenze connesse con l'organizzazione del lavoro redazionale lo rendano necessario, è istituita la posizione mansionaria di vice capo servizio. Quando non svolge le mansioni di pertinenza il vice capo servizio espleta anche le mansioni proprie del redattore;

d) capo servizio; è considerato capo servizio il redattore al quale, salvo quanto disposto dall'art. 22, sia stata attribuita la responsabilità di un determinato servizio redazionale a carattere continuativo ed abbia alle proprie dipendenze due o più redattori e/o collaboratori fissi di cui all'art. 2, con il compito di coordinarne e rivederne il lavoro fornendo le opportune direttive; oppure il redattore al quale, indipendentemente dalle condizioni di cui sopra, sia stata riconosciuta per iscritto la qualifica di capo servizio.

Fatto salvo quanto previsto dal comma precedente è considerato capo servizio anche il giornalista professionista al quale, salvo quanto disposto dall'art. 22, sia stata attribuita la responsabilità a carattere continuativo di una redazione concentrata ed abbia alle proprie dipendenze due o più redattori e/o collaboratori fissi e/o pubblicisti a tempo parziale di cui all'art. 36.

e) vice capo redattore; nelle redazioni centrali e negli uffici di corrispondenza dalla capitale è istituita la posizione mansionaria di vice capo redattore. Quando non svolge le mansioni di pertinenza il vice capo

redattore espleta anche le mansioni di capo servizio;

f) capo redattore; è considerato capo redattore il redattore al quale, salvo quanto disposto dall'art. 22, sia stato attribuito il compito di dirigere, coordinandola, anche sotto il profilo del coordinamento dell'utilizzo delle tecnologie, l'attività di servizi della redazione centrale o dell'ufficio di corrispondenza dalla capitale secondo le disposizioni impartite dalla direzione o al quale, comunque, indipendentemente dalle condizioni di cui sopra, sia stata riconosciuta per iscritto tale qualifica; è considerato capo redattore il redattore al quale, salvo quanto disposto dall'art. 22, sia stato attribuito il compito di dirigere e coordinare le redazioni decentrate e gli uffici di corrispondenza.

Ai giornalisti di cui al presente articolo sarà corrisposta oltre ai minimi predetti l'indennità di contingenza. Il presente articolo si applica anche ai giornalisti addetti ai periodici che prestano opera quotidiana con orario pieno; si applica altresì ai giornalisti che ai sensi dell'art. 1 del presente contratto prestano attività quotidiana con orario pieno negli uffici stampa nonché ai giornalisti fotocinereporter e telecineoperatori.

NOTA A VERBALE

Qualora nelle redazioni o nei servizi le esigenze di cui al primo capoverso della lettera c) e al primo capoverso della lettera e) siano state soddisfatte mediante la nomina di uno o più capi redattori o capi ser-

vizio, non si darà luogo alla nomina di vice capi redattori o vice capi servizio.

Qualora nelle redazioni o nei servizi oltre al redattore capo o al capo servizio titolari operino altri capi redattori o capi servizio, le mansioni vicarie saranno attribuite tra questi ultimi.

Mutamento di mansioni e trasferimento

ART. 22

Il giornalista chiamato a sostituire temporaneamente un altro giornalista appartenente a categoria superiore, ha diritto, per tutta la durata della sostituzione, alla differenza tra il minimo di stipendio della categoria di appartenenza e il minimo di quella del giornalista sostituito, fatta eccezione per il caso di sostituzione conseguente all'applicazione della settimana corta e per il caso di sostituzione dei capi servizio e capi redattore da parte dei vice.

Al di fuori delle ipotesi sopra previste, salvo che si tratti di sostituzione di personale assunto con il diritto alla conservazione del posto, il giornalista il quale disimpegni per 3 mesi consecutivi funzioni superiori a quelle antedecedentemente esercitate ha diritto di ritenere definitiva la sua nuova destinazione.

Dalle disposizioni di cui al primo e secondo comma sono escluse le funzioni di direttore, condirettore e vice direttore.

Salvo patti contrari, il giornalista assunto per prestare servizio in un determinato comune non può essere

trasferito di sede in un altro comune e potrà considerare il trasferimento sul quale non concordi come causa di risoluzione del rapporto per fatto dell'editore.

Sul trasferimento quando non vi sia consenso dell'interessato sarà obbligatorio sentire il parere del comitato o fiduciario di redazione.

Le disposizioni dei due commi precedenti si applicano anche ai giornalisti inviati all'estero che abbiano rapporto con una sola azienda dalla quale siano stati inviati all'estero nonché ai corrispondenti dall'estero. In caso di trasferimento effettuato a termini del presente contratto o comunque accettato dal giornalista spetterà al medesimo il rimborso delle spese preventivamente concordate con l'editore per sé, per le persone di famiglia, per la mobilia ed il bagaglio, oltre ad una indennità pari ad un mese e mezzo di retribuzione e 4 giorni di permesso retribuito.

La durata degli incarichi dei giornalisti inviati all'estero e dei corrispondenti in sedi estere è concordata al momento dell'assegnazione dell'incarico e può essere prolungata, anche più di una volta, con l'accordo delle parti, per un periodo non superiore a quello iniziale.

Qualora la durata non sia stata preventivamente concordata, l'incarico potrà - a richiesta dell'editore o del giornalista - essere sottoposto a termine di scadenza che - salvo diverso accordo tra le parti - non potrà essere inferiore a tre anni dalla richiesta.

Con effetto dall'1.1.1992 ai giornalisti inviati all'estero quali corrispon-

denti è riconosciuta agli effetti del presente contratto l'erogazione di una indennità di residenza il cui importo sarà concordemente definito a livello aziendale. La predetta indennità è assorbita dai trattamenti di fatto già erogati ai giornalisti interessati per lo stesso o equivalente titolo.

La revisione periodica di tale indennità sarà operata secondo le previsioni di cui alla nota a verbale dell'art. 10.

NOTA A VERBALE

La Commissione di gestione del contratto potrà essere investita a richiesta delle parti dell'esame dei casi di reiterati trasferimenti dei giornalisti, in tempi brevi o successivi, da una sede all'altra.

Ferie - Permessi straordinari - Aspettativa - Permessi sindacali ART. 23

Ferie

I giornalisti professionisti aventi la qualifica di direttore, condirettore, vice direttore, capo redattore, titolare o capo dell'ufficio di corrispondenza dalla capitale, vice capo redattore, capo servizio, vice capo servizio, redattore con oltre 18 mesi di anzianità professionale, redattore di prima nomina (lettera a) art. 11) hanno diritto per ogni anno di servizio prestato ad un periodo di ferie retribuito come segue:

- ventisei giorni lavorativi per colo-

ro che hanno una anzianità aziendale fino ad anni 5;

- trenta giorni lavorativi per coloro che hanno una anzianità aziendale di oltre 5 e sino a 15 anni;

- trentacinque giorni lavorativi per coloro che hanno una anzianità aziendale di oltre 15 anni.

L'epoca delle ferie è stabilita di massima tra il 1° maggio e il 31 ottobre.

Le festività nazionali ed infrasettimanali cadenti nel periodo delle ferie daranno diritto al godimento di altrettanti giorni di ferie o al pagamento del relativo trattamento economico a scelta dell'editore.

Il godimento delle ferie retribuite, nella misura di un mese per ogni anno di servizio prestato, è garantito ai giornalisti professionisti di cui all'art. 2 ed ai giornalisti di cui all'art. 12.

Nel caso di richiamo in servizio dalle ferie, il giornalista ha diritto al rimborso da parte dell'azienda delle spese sostenute.

Al giornalista che non abbia maturato l'anno di anzianità nel periodo normale di ferie, il godimento delle ferie medesime dovrà essere riconosciuto in ragione di tanti dodicesimi quanti sono i mesi di servizio prestati.

Nel caso che il giornalista, per esigenze di servizio, non abbia potuto godere in tutto o in parte delle ferie maturate, il relativo compenso sostitutivo dovrà essere corrisposto al momento in cui il mancato godimento è certo e comunque non oltre il 31 dicembre. Il compenso sostitutivo sarà calcolato in base alla

retribuzione ed ai compensi fissi percepiti continuativamente da almeno sei mesi (*).

Nel caso di cessazione del rapporto i giornalisti hanno diritto al compenso sostitutivo delle ferie per il periodo delle ferie maturate e non godute.

Nel computo dei giorni di ferie non sarà tenuto conto, limitatamente a due giorni, del tempo occorrente per il trasferimento da e per l'estero del giornalista che intende fruire delle ferie in Italia.

(*) Da coordinare con la norma transitoria per evitare il ripetersi di accumulo di ferie.

NOTA A VERBALE

Il periodo di malattia o infortunio non inferiore a 7 giorni, sopraggiunto durante il godimento delle ferie, ne interrompe il decorso.

Norma transitoria

Le ferie arretrate maturate sino al 31.12.1990 dovranno essere usufruite dai giornalisti sulla base di programmi concordati aziendalmente con la gradualità richiesta dalla funzionalità redazionale e per periodi dislocati nell'arco dell'intero anno solare. In presenza di rilevanti quantità di ferie arretrate il programma di graduale godimento potrà essere articolato sino al 1994.

Permessi straordinari

Ai giornalisti professionisti di cui al primo comma che abbiano una anzianità aziendale di almeno un anno

saranno concessi in aggiunta alle ferie permessi straordinari retribuiti per complessivi cinque giorni lavorativi all'anno.

I permessi straordinari richiesti dai giornalisti e non goduti per esigenze aziendali nel corso dell'anno di competenza potranno essere recuperati nell'anno successivo.

Agli inviati, impiegati in servizi ininterrotti di durata superiore a 30 giorni, è riconosciuto un periodo di cinque giorni di permesso straordinario da godere entro 15 giorni dal rientro in sede, a pena di decadenza.

Nessun compenso sostitutivo è dovuto a coloro che rinuncino in tutto o in parte ai permessi di cui ai commi precedenti.

Nel caso di eventi luttuosi riguardanti parenti, di primo e secondo grado, sarà concesso ai giornalisti ed ai praticanti un permesso straordinario della durata di tre giorni elevabili a quattro giorni per eventi luttuosi verificatisi fuori dal comune sede di lavoro del giornalista.

Aspettativa

Al giornalista, che ne faccia richiesta per giustificati motivi, sarà concesso, compatibilmente con le esigenze dell'azienda, un periodo di aspettativa non superiore a sei mesi senza retribuzione.

Il giornalista ha diritto dopo sette anni di anzianità aziendale ad usufruire di un solo periodo di aspettativa di sei mesi non retribuito nell'ambito del quale non potrà svolgere incarichi in contrasto con gli interessi morali e materiali

dell'azienda alla quale appartiene.

Ai giornalisti che fossero chiamati a funzioni pubbliche elettive o a ricoprire carichi sindacali nazionali, regionali o provinciali si applica l'art. 31 della legge 20 maggio 1970 n. 300.

Il periodo di aspettativa verrà considerato come trascorso in servizio agli effetti dell'anzianità quando all'atto della concessione il giornalista abbia almeno due anni di anzianità di servizio.

Permessi sindacali

Ai giornalisti che ricoprono cariche negli organi previsti dagli statuti della Federazione Nazionale della Stampa Italiana e delle Associazioni Regionali di Stampa federate o che risultino delegati ai Congressi della categoria, oppure incaricati delle trattative sindacali, ovvero componenti la Commissione esaminatrice per la prova di idoneità professionale, saranno concessi permessi retribuiti per il tempo strettamente necessario per lo svolgimento di tali loro funzioni. Tali permessi saranno concessi anche ai giornalisti che fanno parte degli organi direttivi dell'Inpgi, della Casagit e degli Ordini Professionali, ed ai membri dei collegi di conciliazione di cui all'art. 47 in occasione delle riunioni dei medesimi.

Matrimonio e maternità

ART. 24

Ai giornalisti che contraggono matrimonio è dovuto, in occasione del-

le nozze, un congedo matrimoniale retribuito di 20 giorni. Nessun compenso sostitutivo è dovuto a coloro che rinuncino volontariamente a tutto o a parte di detto permesso.

E' in facoltà del giornalista che contragga matrimonio di chiedere la risoluzione del rapporto di impiego con il pagamento delle indennità di licenziamento (trattamento di fine rapporto ed indennità sostitutiva del preavviso).

Uguale facoltà è accordata alla giornalista che si dimetta in caso di gravidanza o a seguito di parto.

Durante il periodo di assenza obbligatoria dal lavoro per gravidanza e puerperio le giornaliste hanno diritto alla retribuzione intera, fatta deduzione di quanto percepiscono dall'Inpgi o da altri istituti previdenziali per atti di previdenza ai quali l'azienda è tenuta per disposizioni di legge.

A particolare tutela della salute nella maternità, dall'inizio del periodo di gravidanza è diritto della giornalista (con relativa certificazione ginecologica secondo le norme di legge) di essere adibita ad adeguate mansioni prive di fonti di rischio tecniche.

Per quant'altro non previsto dal presente articolo valgono le disposizioni di legge.

Comitato di redazione

ART. 34

Nelle aziende editrici di giornali quotidiani, di periodici e nelle agenzie di informazioni quotidiane per la stampa che abbiano alle proprie dipendenze almeno dieci redat-

tori, viene istituito un comitato di redazione al quale è demandata la tutela dei diritti morali e materiali derivanti ai giornalisti dal presente contratto e dalle norme di legge (in particolare legge 3.2.1963, n. 69 e lo Statuto dei lavoratori).

E' compito del comitato di redazione:

a) mantenere il collegamento con le Associazioni regionali di stampa e i giornalisti professionisti e pubblicisti e i praticanti dipendenti dall'azienda;

b) controllare l'applicazione esatta del contratto di lavoro e intervenire per l'osservanza delle norme di legislazione sociale;

c) tentare la conciliazione delle controversie individuali o collettive sorte tra le parti;

d) esprimere pareri preventivi e formulare proposte sugli indirizzi tecnico-professionali, la fissazione degli organici redazionali e i criteri per la loro realizzazione - con particolare riferimento a quanto previsto dall'art. 4 (situazione occupazionale) - anche in rapporto alle esigenze dei singoli settori della redazione, l'utilizzazione delle collaborazioni fisse, gli orari, i trasferimenti, i licenziamenti, i mutamenti e l'assegnazione di mansioni e qualifiche ed ogni iniziativa che riguardi l'organizzazione dei servizi anche con riferimento all'autonomia della testata ai fini del miglioramento del giornale e possa avere riflessi sui livelli occupazionali, anche in relazione agli strumenti da attivare per il graduale riassorbimento della disoccupazione di settore.

Tali pareri saranno obbligatori

quando riguardino i mutamenti di mansioni che possano dare luogo a risoluzione del rapporto da parte del giornalista;

e) esprimere pareri preventivi o formulare proposte sui nuovi programmi, iniziative di ristrutturazione aziendale, trasferimenti di impianti, ed ogni attività che investa la struttura dell'azienda e che, comunque, possa recare pregiudizio alle specifiche prerogative dei giornalisti.

Affinché il comitato di redazione possa esprimere i pareri preventivi e formulare le proposte sulle materie di cui ai punti d) ed e) il direttore e l'editore, fatte salve le situazioni di comprovata urgenza, devono fornire la necessaria informativa almeno 72 ore prima della realizzazione dei provvedimenti che si intendono adottare.

Il comitato di redazione ha 72 ore dal ricevimento dell'informativa per esprimere i propri pareri.

In ogni caso per l'applicazione del comma d) avranno luogo incontri con periodicità quindicinale tra direttore e comitato di redazione.

In relazione al disposto del comma e) il direttore, un rappresentante dell'editore e il comitato di redazione, integrato da un rappresentante dei giornalisti di ogni servizio e delle redazioni decentrate che non fossero già rappresentate nel comitato di redazione, si riuniranno, almeno bimestralmente, per l'esame dei sopra specificati problemi e anche al fine di favorire una più intensa collaborazione dei giornalisti allo sviluppo delle imprese.

In coincidenza con il deposito del bilancio consuntivo annuale presso

la cancelleria del Tribunale, l'editore procede ad illustrarne i contenuti al comitato di redazione consegnandone la copia.

Per la consultazione sindacale nei casi di crisi aziendale per i quali l'editore intende richiedere l'applicazione delle norme di cui agli artt. 35, 36 e 37 della legge 5 agosto 1981, n. 416 (Cassa integrazione guadagni) si applica la procedura di cui all'allegato protocollo D).

Il comitato di redazione, a richiesta del singolo giornalista dipendente che ravvisi un pregiudizio alla propria funzione professionale, potrà, con carattere non vincolante, esprimere pareri e formulare proposte integrative al direttore in tema di completezza dell'informazione anche in riferimento ai servizi di cronaca.

Nei gruppi editoriali che pubblicano più testate (quotidiani, periodici, agenzie di informazione) può essere istituito un coordinamento sindacale dei comitati di redazione con il compito di tutelare la corretta applicazione delle norme contrattuali sulla autonomia delle singole testate, anche in relazione agli investimenti, ai piani editoriali, alle innovazioni tecnologiche. A tal fine sono previsti tra il coordinamento e l'editore incontri con periodicità almeno trimestrale; per questi incontri, oltre che per ogni trattativa sindacale di gruppo, i coordinamenti fruiranno dei permessi sindacali previsti dall'art. 23.

Il comitato di redazione è costituito da tre membri, eletti dall'assemblea di redazione, alla quale partecipano con diritto di voto i giornalisti pro-

fessionisti e i praticanti; possono essere eletti solo i giornalisti professionisti.

Se il numero dei giornalisti professionisti e praticanti è inferiore a 10, in luogo del comitato di redazione sarà eletto un fiduciario con compiti identici a quelli del comitato di redazione.

Il comitato di redazione sarà integrato a tutti gli effetti:

- da un fiduciario professionista della redazione o dell'ufficio di corrispondenza dalla Capitale composto da almeno 5 professionisti;
- da un fiduciario professionista delle redazioni decentrate o degli uffici di corrispondenza composti da almeno 10 giornalisti con diritto di voto;
- da un fiduciario professionista eletto congiuntamente dalle redazioni decentrate e dagli uffici di corrispondenza composti ciascuno da meno di 10 giornalisti con diritto di voto;
- da un fiduciario pubblicista eletto dai corrispondenti, dai collaboratori fissi e dai pubblicisti part-time delle redazioni centrali, decentrate e dagli uffici di corrispondenza.

Nelle aziende editrici di periodici i giornalisti pubblicisti godono dell'elettorato attivo e passivo. In quelle aziende le cui redazioni sono costituite in prevalenza da giornalisti pubblicisti, la maggioranza del comitato di redazione potrà essere costituita da giornalisti pubblicisti.

Nei periodici le cui redazioni sono costituite in prevalenza da giornalisti pubblicisti e che non abbiano il numero di redattori sufficiente per costituire un comitato di redazione,

il fiduciario potrà essere un giornalista pubblicista.

Nel caso in cui un'azienda editrice di periodici pubblici più testate, i rappresentanti sindacali per l'esercizio dei compiti specificatamente inerenti le singole testate, saranno eletti, per ognuna di esse, con i seguenti criteri: uno per le testate da 6 a 30 giornalisti; due per le testate da 31 a 60; tre per le testate con oltre 60 professionisti, praticanti e pubblicisti dipendenti.

Per l'esercizio dei compiti del presente articolo che abbiano riflessi di carattere generale sui giornalisti dipendenti dell'azienda, sarà costituito tra i rappresentanti sindacali delle singole testate un organismo unico aziendale.

Il predetto organismo sarà composto di tre membri nelle aziende con meno di 200 giornalisti dipendenti.

Nel caso in cui un'azienda pubblici, oltre ad un quotidiano, altro giornale, in aggiunta al comitato di redazione o fiduciario per la testata principale sarà eletto un altro comitato di redazione per ogni altra testata avente più di 25 giornalisti professionisti e praticanti. In questi casi il comitato di redazione potrà essere unitario. Per le testate con un numero di giornalisti professionisti e praticanti compreso tra 6 e 25 saranno invece eletti altrettanti fiduciari che entrano a far parte del comitato di redazione della testata principale.

La nomina del comitato di redazione, del fiduciario, dei rappresentanti di servizi, deve essere notificata all'editore dall'associazione regionale di stampa. Il comitato di redazio-

ne, il fiduciario e i rappresentanti dei servizi durano in carica due anni. I componenti del comitato, il fiduciario e i rappresentanti dei servizi uscenti possono essere rieletti.

NOTA A VERBALE

La FNSI si riserva di dare informazione alla FIEG del regolamento di elezione degli organismi sindacali aziendali che si propone di elaborare, da intesa con le Associazioni regionali di stampa, durante la validità del presente contratto.

Comunicati sindacali

Nell'ambito della funzione informativa dei giornali quotidiani, dei periodici, delle agenzie di informazioni quotidiane per la stampa e delle emittenti radiotelesive private comunque collegate ad aziende editoriali, si consente all'impegno di pubblicare i comunicati ufficiali della Federazione Nazionale della Stampa Italiana, delle Associazioni regionali di stampa e dei comitati di redazione secondo i seguenti criteri territoriali:

- i comunicati della Federazione Nazionale della Stampa Italiana sui mezzi di informazione di tutto il territorio nazionale;
- i comunicati delle Associazioni regionali di stampa sui mezzi di informazione delle rispettive giurisdizioni territoriali.

Il comitato di redazione e il coordinamento dei comitati possono chiedere almeno tre ore avanti la chiusura della prima edizione al direttore, o a chi lo sostituisce, l'inserimento dei loro comunicati sulle

pubblicazioni dell'azienda. L'eventuale dissenso sulla opportunità della pubblicazione sarà risolto dal rappresentante statutario dell'Associazione regionale di stampa o, per quanto concerne le agenzie di stampa, della FNSI.

Tali comunicati dovranno contenersi in limiti ragionevoli di spazio e riferirsi ai problemi sindacali dei giornalisti. Il sindacato del direttore del giornale, sul contenuto di tali comunicati, dovrà limitarsi agli aspetti che investono la sua responsabilità di fronte alla legge.

Per quanto riguarda i giornali periodici a contenuto politico-informativo e a diffusione nazionale la pubblicazione dei comunicati sindacali, nell'ambito di quanto previsto dai precedenti commi, dovrà essere richiesta nei tempi tecnici consentiti dalla chiusura del giornale.

Tutela sindacale

I componenti del comitato di redazione, i fiduciari e i rappresentanti dei servizi nonché delle redazioni decentrate e degli uffici di corrispondenza non possono essere licenziati o trasferiti, in difetto di loro consenso, senza il nulla osta dell'Associazione regionale di stampa.

Tale nulla osta verrà rilasciato entro il termine perentorio di 8 giorni dalla notifica della richiesta quando il provvedimento non dipenda dall'attività sindacale svolta.

In caso di dissenso il giudizio spetta al collegio di cui all'art. 47.

La tutela prevista dai commi precedenti è estesa ai dirigenti delle Associazioni regionali ed interregionali

di stampa, nonché ai componenti del consiglio nazionale della Federazione Nazionale della Stampa Italiana, in quanto delle suddette cariche o funzioni sia stata data preventiva formale notifica alla Federazione Italia Editori Giornali.

Analoga tutela spetterà ai membri del collegio per la conciliazione delle controversie di cui all'art. 47, sempre che i nomi dei membri che rappresentano i giornalisti siano stati notificati preventivamente alla Federazione Italiana Editori Giornali.

La tutela prevista dal presente articolo dura fino ad un anno dopo la cessazione dell'incarico.

Praticanti

ART. 35

Presso i giornali quotidiani, presso le agenzie di informazioni quotidiane per la stampa a diffusione nazionale, presso i periodici a diffusione nazionale, possono essere assunti come praticanti coloro che abbiano i requisiti richiesti dagli ordinamenti della professione giornalistica, in ragione di un praticante su 10 redattori o frazione di 10 fino a 100 redattori, e in ragione di un praticante ogni 25 redattori o frazione di 25 al di sopra dei 100 redattori. Eventuali deroghe agli indicati limiti di assunzione dei praticanti, previa informazione alle associazioni territoriali competenti e alla FIEG, saranno concordate fra direttore, direzione aziendale e comitato di redazione e comunicate alla Commissione nazionale paritetica di cui all'art. 4.

L'assunzione del praticante dovrà

essere comunicata dall'editore all'Associazione di stampa della regione dove ha sede il giornale, al Consiglio Regionale dell'Ordine, alla Casagit e alla Commissione nazionale paritetica di cui all'art. 4, con lettera raccomandata entro 10 giorni; entro lo stesso termine di 10 giorni dovrà essere comunicata dall'editore all'Associazione anche l'eventuale cessazione del rapporto.

Il praticante è tenuto ad informare l'azienda dell'avvenuta modifica della sua posizione amministrativa presso l'Ordine professionale con particolare riferimento o retrodatazione di iscrizione, riconoscimento di periodi di praticantato non comunicati all'atto dell'assunzione, ecc.

All'atto dell'assunzione i praticanti dovranno esibire all'editore la prova documentata del periodo di pratica giornalistica eventualmente svolta presso altri editori di giornali quotidiani, presso agenzie di informazioni quotidiane per la stampa a diffusione nazionale o aziende editrici di periodici, come indicato nel primo comma del presente articolo, corredandola del certificato di iscrizione all'albo professionale dei giornalisti - registro praticanti.

Ai fini della più compiuta formazione professionale, il praticante sarà:

- impiegato a rotazione in più servizi redazionali e anche presso redazioni decentrate - previo rimborso delle spese concordate - e, comunque, assegnato per almeno due mesi, anche non continuativi, alla redazione centrale;
- affidato alla guida di un capo servizio o di persona dallo stesso delegata.

In nessun caso potranno essere affidate mansioni direttive e praticanti.

Forme integrative di formazione professionale del praticante potranno essere attuate in sede dalle aziende o utilizzando qualificate strutture formative esterne private e pubbliche. A tal fine le aziende esaminano eventuali proposte del c.d.r. Sulla base delle indicazioni fornite dai direttori le aziende informeranno i comitati di redazione dei criteri adottati per la selezione dei praticanti da assumere, tenuta presente anche la posizione di coloro che già collaborano con l'azienda.

I praticanti hanno diritto al seguente trattamento:

a) ad un periodo di prova di durata non superiore a sei mesi;

b) ad un equo compenso mensile non inferiore ai minimi fissati dalle tabelle allegate al presente contratto (pag. 102). Oltre ai minimi predetti sarà corrisposta l'indennità di contingenza;

c) all'applicazione dell'art. 7;

d) alla 13ª mensilità nella misura e con le modalità previste dall'art. 15;

e) alla maggiorazione, in quanto dovuta, prevista dall'art. 17 per il lavoro notturno;

f) ai compensi e alle maggiorazioni previste dall'art. 19 per il lavoro prestato;

g) a un periodo annuale di ferie di 20 giorni lavorativi;

h) a permessi retribuiti, per il tempo necessario a sostenere le prove per l'idoneità professionale prevista dagli ordinamenti sulla professione giornalistica. Tali permessi non potranno essere inferiori a 5 giorni in occasione delle prove orali;

i) a permessi per il tempo necessario a seguire i corsi di formazione o i seminari promossi dal Consiglio nazionale o dai Consigli regionali ed interregionali dell'Ordine dei giornalisti che rilasceranno la certificazione di frequenza, nonché a permessi retribuiti per complessivi giorni 8 per seguire i corsi di preparazione agli esami di idoneità professionale promossi dal Consiglio Nazionale dell'Ordine;

l) a un congedo matrimoniale di 15 giorni;

m) alla conservazione del posto per tre mesi nei casi di infortunio o malattia. Durante il primo mese avranno diritto alla intera retribuzione e per i successivi due mesi a metà della stessa;

n) all'applicazione delle disposizioni di legge nel caso di chiamata o richiamo alle armi;

o) a un termine di preavviso di un mese in caso di licenziamento non dovuto a fatto o a colpa tale da non consentire la prosecuzione anche provvisoria del rapporto. In mancanza di preavviso sarà loro dovuta una indennità pari alla retribuzione corrispondente al periodo di preavviso.

Avranno inoltre diritto al trattamento di fine rapporto secondo quanto disposto dalla legge 29 maggio 1982, n. 297;

p) in caso di dimissioni, il praticante non potrà abbandonare l'azienda senza dare il preavviso di un mese. La inosservanza di tale disposizione darà diritto all'editore di avere una indennità equivalente all'importo della retribuzione correlativa al periodo di preavviso per il quale è

mancata la prestazione del praticante. Spetterà comunque al praticante il trattamento di fine rapporto di cui al precedente punto;

q) in caso di trasferimenti di sede ad una indennità pari ad un mese di retribuzione.

Il praticante avrà diritto al trattamento contrattuale dovuto ai giornalisti professionisti dal giorno in cui darà comunicazione scritta all'azienda dell'avvenuto superamento della prova orale degli esami di idoneità professionale.

Il periodo di servizio prestato dal giornalista professionista all'azienda, quale praticante, sarà computato agli effetti dell'indennità di licenziamento, della indennità redazionale, delle ferie e dei permessi straordinari.

Assicurazione infortuni

ART. 38

Nel caso di infortunio sul lavoro o extraprofessionale, tutti i giornalisti professionali - o i loro aventi causa indicati nell'art. 4 del Regolamento di attuazione di cui al successivo articolo 41 - ai quali è applicato il presente contratto e la cui retribuzione non sia inferiore a quella contrattuale di redattore, nonché i praticanti hanno diritto al seguente trattamento:

a) per il caso di morte L. 180.000.000;

b) per il caso di invalidità permanente totale L. 210.000.000;

c) per il caso di invalidità permanente parziale, un importo proporzionale alla indennità di cui alla let-

tera b), in base alla constatata riduzione della capacità lavorativa.

L'indennità di cui al precedente punto a) è maggiorata del 20% se l'evento si verifica in epoca compresa tra l'inizio del rapporto contrattuale ed il compimento del trentesimo anno di età; del 50%, se si verifica tra l'inizio del trentunesimo anno ed il compimento del quarantacinquesimo anno di età; del 30% se si verifica tra l'inizio del quarantaseiesimo anno di età ed il compimento del cinquantacinquesimo anno di età. Al verificarsi dell'evento nelle stesse epoche sopra precisate, l'indennità di cui al precedente punto b) è, invece, maggiorata rispettivamente del 50%, ovvero del 30% o del 20%.

Se al momento dell'evento il giornalista era coniugato e/o aveva figli di età inferiore ai diciotto anni in possesso dei requisiti previsti dall'art. 4 del predetto regolamento di attuazione, l'indennità dovuta in base ai commi precedenti, nel caso di morte o di invalidità permanente totale, è maggiorata del 10% per l'altro coniuge e per ciascuno dei figli minori suddetti, fino ad un massimo complessivo del 50% dell'indennità stessa.

Il diritto al trattamento assicurativo di cui sopra sorge per il giornalista professionista e per il praticante ed i loro aventi causa per gli infortuni che si verifichino dal giorno dell'inizio del rapporto di lavoro contrattuale e sussiste fino alla scadenza dei 15 mesi successivi alla data di cessazione del rapporto di lavoro suddetto.

L'importo dell'indennità prevista dal

presente articolo sarà portato in detrazione di quella che il datore di lavoro fosse tenuto a corrispondere a titolo di risarcimento di danni nell'ipotesi di responsabilità per colpa.

Le aziende garantiranno con decorrenza 1° luglio 1985 la copertura assicurativa per infortuni professionali ed extraprofessionali ai pubblicisti a tempo pieno con polizza che preveda lo stesso trattamento disposto dal presente articolo.

Investimenti ed innovazioni tecnologiche

ART. 42

L'utilizzazione dei sistemi elettronici editoriali e di ogni altro supporto tecnologico da parte delle redazioni deve favorire lo sviluppo del pluralismo, il miglioramento della qualità dell'informazione e l'economicità di gestione delle imprese. Questi obiettivi devono essere realizzati, oltre che con l'ammodernamento degli impianti, anche attraverso l'adozione di nuovi modelli di organizzazione del lavoro redazionale che favoriscano incrementi di produttività dell'impresa. Il processo di ammodernamento deve inoltre favorire la nascita di nuove iniziative, lo sviluppo della diffusione e l'ampliamento delle aree di mercato.

Investimenti

La FIEG e la FNSI procederanno annualmente all'esame dei programmi globali degli investimenti previsti nel settore a breve e medio termine.

Gli editori, anche tramite la FIEG, informeranno a livello nazionale, territoriale, aziendale e di gruppo gli organismi sindacali dei giornalisti su programmi che comportino iniziative editoriali - sia da parte di aziende esistenti che da parte di nuovi operatori del settore - la creazione di insediamenti produttivi, ampliamenti o trasformazioni di quelli esistenti, utilizzazione del colore nei quotidiani, illustrando i criteri generali che li ispirano per quanto concerne la localizzazione, l'occupazione e la qualificazione professionale dei giornalisti.

L'utilizzazione dei sistemi editoriali, compreso il processo di videoimpaginazione, deve essere realizzata garantendo la professionalità del singolo giornalista, senza determinare impropria redistribuzione di mansioni con altre categorie e con il fine di valorizzare la qualità del prodotto redazionale inteso come opera intellettuale collettiva.

In particolare, deve essere garantito al corpo redazionale e - nell'ambito delle rispettive competenze - a ciascun giornalista e ai singoli settori l'accesso a tutta l'informazione che affluisce al sistema anche attraverso l'utilizzazione dei Vdt nell'ambito dell'attività lavorativa.

Piani di trasformazione tecnologica

I piani di trasformazione tecnologica devono essere impostati con visione globale delle finalità che si vogliono raggiungere e contenere le necessarie indicazioni sull'organizzazione del lavoro redazionale. Programmi parziali di intervento per

singoli settori redazionali devono essere motivati come tali e fornire indicazioni sui limiti di estensione successiva ad altri settori.

I piani presentati dall'azienda dovranno contenere precise indicazioni sulle scelte editoriali che sono a base del progetto, sull'impostazione tecnico-produttiva (anche in caso di utilizzo di servizi telematici e di banche dati) e sui criteri di organizzazione del lavoro ritenuti più rispondenti per la realizzazione del prodotto e per il miglioramento del suo livello qualitativo. In tal senso i piani debbono evidenziare le caratteristiche del sistema editoriale e i criteri della sua utilizzazione da parte della redazione centrale e delle redazioni decentrate, nonché le misure per garantire adeguate condizioni ambientali e a tutela della salute del giornalista.

Procedure e modalità di realizzazione dei piani

Per l'utilizzo dei sistemi editoriali o per la sostanziale trasformazione di quelli esistenti si devono seguire le seguenti procedure:

1) l'azienda - con il necessario anticipo rispetto ai tempi della sua realizzazione - elabora il piano che consegnerà al comitato di redazione e alle organizzazioni sindacali territoriali. Copia del piano sarà trasmessa contestualmente alla FIEG che ne curerà l'inoltro alla FNSI. La consegna del piano di norma deve essere effettuata alle parti interessate trenta giorni prima dell'inizio del confronto obbligatorio fra le parti. Nella preparazione del piano

l'azienda potrà anche acquisire le indicazioni fornite da un gruppo di lavoro misto all'uopo costituito.

2) L'esame di conformità del piano alle normative contrattuali avverrà di norma a livello nazionale tra la FIEG e la FNSI, presenti l'azienda e le organizzazioni territoriali e nazionali, ovvero al livello territoriale qualora le parti firmatarie lo ritengano possibile.

3) La trattativa proseguirà in sede aziendale fra editore, direttore e comitato di redazione per la definizione del piano e delle sue fasi di attuazione con particolare riferimento alle nuove linee organizzative del lavoro giornalistico, anche per quanto riguarda il più efficace collegamento con le redazioni decentrate. In tale sede saranno altresì individuate le soluzioni ritenute più corrispondenti per quanto riguarda la dislocazione nei vari servizi dei terminali del sistema editoriale, di stampanti e/o di altre apparecchiature, avendo come riferimento l'efficienza organizzativa della redazione e la tutela della professionalità.

In particolare - e in relazione alle caratteristiche del sistema saranno precisati gli strumenti attraverso i quali assicurare:

a) la segretezza dei testi attraverso l'adozione di «chiavi di accesso» o la predisposizione di particolari zone di «memoria» o altri tipi di accorgimenti tecnici;

b) la permanenza, in memoria, per almeno 72 ore di ogni testo con l'identificazione dell'autore e delle correzioni introdotte, fatto salvo quanto disposto dall'art. 9;

c) accessi di diverso livello agli ar-

chivi di servizio a seconda dei gradi di competenza;

d) l'informazione preventiva sui programmi tipografici, in grado di interagire sul sistema editoriale;

e) misure di salvaguardia per il mantenimento dei testi in memoria nei casi di guasti del sistema.

4) L'accordo fra editore e comitato di redazione avvia la fase di introduzione del sistema che sarà obbligatoriamente preceduta da un periodo di addestramento professionale da realizzarsi, settore per settore o secondo le altre modalità concordate, nell'arco di tre mesi. Al termine di questo periodo inizierà la sperimentazione produttiva durante la quale si procederà agli eventuali adeguamenti o modifiche che si fossero dimostrati necessari sulla base delle esperienze maturate.

Sono a carico dell'editore le spese per i corsi di formazione e addestramento dei redattori sull'utilizzo dei nuovi sistemi elettronici editoriali.

Qualora l'addestramento si svolga al di fuori del normale orario di lavoro il giornalista percepirà il trattamento straordinario contrattuale (art. 7). Sono altresì a carico dell'editore le spese per visite, seminari e pubblicazioni specializzate per consultazione redazionale, utili all'ulteriore aggiornamento dei redattori sui nuovi sistemi di produzione.

L'editore, il direttore e i comitati di redazione concorderanno la nuova organizzazione del lavoro con l'obiettivo di determinare le scelte più opportune e gli organici adeguati per la realizzazione del programma indicato nel piano. Eventuali esuberanze di organico reda-

zionale verranno risolte:

a) mediante l'eliminazione delle prestazioni straordinarie;

b) mediante l'utilizzo dell'avvicendamento normale dei giornalisti.

Nei casi in cui l'azienda intenda far ricorso agli articoli 35, 36 e 37 della legge 5 agosto 1981, n. 416 e successive modificazioni, si applicheranno le procedure previste dal protocollo «consultazione sindacale» allegato al presente contratto.

Utilizzo dei sistemi editoriali

Fermo il riferimento alle norme degli artt. 6, 22 e 34 - commi d) ed e) - il giornalista utilizzerà le nuove tecniche per svolgere la propria professione anche con la mobilità, nell'ambito delle redazioni centrali e decentrate.

Nella organizzazione del lavoro il singolo giornalista è pertanto impegnato ad utilizzare con le caratteristiche proprie della professione giornalistica, i nuovi mezzi tecnici per elaborare i testi redazionali, anche intervenendo sul materiale fornito dalle fonti di informazioni interne ed esterne all'azienda collegate in linea con il sistema editoriale e per concorrere, sulla base delle proprie prerogative professionali, alla fase di videoimpaginazione in modo che siano utilizzate con criteri adeguati le distinte mansioni dei giornalisti e dei poligrafici.

Nei casi in cui l'utilizzo del sistema editoriale preveda forme dirette di integrazione tra attività giornalistica e poligrafica, saranno istituite in sede aziendale, su richiesta delle parti, commissioni consultive pariteti-

che composte da rappresentanti della direzione aziendale e del c.d.r. alle quali saranno invitati a partecipare rappresentanti della componente poligrafica. Tali commissioni possono esprimere pareri sulle forme di sviluppo e di integrazione delle professionalità e procedere ad analisi sulle fasi di realizzazione dei piani.

Non è di competenza del giornalista digitare il materiale proveniente dall'esterno della redazione quali collaborazioni, corrispondenze, rubriche di servizio, o testi elaborati da altri redattori.

Non saranno inviati in produzione testi giornalistici che non siano stati preliminarmente esaminati dalla redazione secondo le specifiche competenze, qualifiche, mansioni e responsabilità.

Gli interventi sui testi - salvo quanto previsto dal primo comma dell'art. 9 - sono riservati alla sola redazione.

L'accesso alle memorie del sistema è riservato al corpo redazionale. Fanno eccezione a tale riserva i notiziari trasmessi dalle agenzie ed il materiale già pubblicato.

Avranno inoltre accesso i tecnici addetti alla manutenzione del sistema.

Eventuali interventi, modifiche o integrazioni dei testi - nel rispetto delle vigenti norme contrattuali - possono essere effettuate esclusivamente dalla direzione responsabile del giornale, dai capi redattori, dai capi servizio e/o dai redattori, ciascuno per il settore di sua competenza.

L'utilizzazione delle tecnologie non deve essere un mezzo per valutare il rendimento del redattore, la sua produttività ed i tassi di errore. So-

no, pertanto, esclusi programmi diretti ad individuare tali parametri.

La partecipazione del giornalista al processo di videoimpaginazione, anche al terminale del sistema dotato di caratteristiche adeguate, deve riguardare l'ideazione delle pagine e gli eventuali successivi interventi di verifica e/o modifica sulle pagine stesse connessi all'esercizio della sua professionalità. Restano invece di competenza dei lavoratori poligrafici gli interventi tecnico-produttivi resi necessari dalle caratteristiche del sistema.

Nelle aziende che editano periodici la videoimpaginazione è opera esclusiva del redattore grafico anche se si chiamano dal «magazzino» soluzioni o schemi già catalogati. Le funzioni del redattore grafico sono quelle inerenti la progettazione e realizzazione delle pagine secondo i criteri tipici della sua professionalità. Le video-stazioni devono essere collocate all'interno delle redazioni e ad esse devono essere adibiti solo redattori.

Per gli interventi al Vdt su notizie di agenzia o per la stesura allo stesso Vdt di articoli frutto di rielaborazione di agenzie, il redattore potrà avvalersi anche dei testi di agenzia riprodotti su carta.

Ambiente di lavoro e tutela della salute

La riconversione tecnica degli impianti e i nuovi sistemi di produzione devono essere realizzati in condizioni ambientali e di lavoro idonee allo svolgimento dell'attività redazionale.

E' costituito su base paritetica un Osservatorio per lo studio dei problemi connessi alla prevenzione e alla tutela della salute ed integrità dei giornalisti in relazione all'uso dei sistemi elettronici editoriali. L'Osservatorio, organismo autonomo delle due Federazioni stipulanti, avrà sede presso la Casagit e potrà avvalersi per lo svolgimento dei suoi compiti dell'apparato tecnico della Casagit medesima e di altre strutture medico scientifiche esterne.

All'Osservatorio potrà essere demandato, su richiesta dell'azienda o del c.d.r., lo svolgimento di indagini sugli ambienti di lavoro e ricerche di carattere medico ed ergonomico onde acquisire indicazioni sugli interventi e le misure da adottare con particolare riferimento a coloro che in maniera prevalente operano stabilmente ai Vdt e tenuto conto anche delle pause di fatto connesse alle caratteristiche proprie dell'espletamento dell'attività giornalistica.

All'Osservatorio verranno trasferite le intese aziendali relative alla materia di cui al presente paragrafo.

Per la prevenzione e la tutela della salute ed integrità dei giornalisti in relazione all'uso dei sistemi elettronici editoriali, editore e Comitato di redazione definiranno aziendali le modalità per la realizzazione - tenendo conto anche delle indicazioni fornite dall'Osservatorio permanente - delle visite mediche preventive all'installazione e all'utilizzazione dei nuovi impianti per tutti coloro che ne facciano uso, e di quelle successive.

L'azienda assumerà a proprio carico l'onere delle indagini preventive e di controllo concordate con le rappresentanze sindacali.

L'installazione di nuovi impianti sarà preceduta, dove necessario, dalla trasformazione degli ambienti di lavoro in modo da realizzare condizioni adeguate alle specifiche concordate.

I Vdt in uso nelle redazioni saranno sottoposti annualmente a controllo antiradiazioni.

In caso di inidoneità comprovata da attestazione medica rilasciata da pubbliche strutture ospedaliere specializzate, il redattore sarà esentato dall'uso dei Vdt con salvaguardia della sua professionalità.

Teletrasmissioni in fac-simile

La teletrasmissione a distanza in fac-simile dei giornali quotidiani, o la teletrasmissione di parte di essi integrata nella sede in cui tale teletrasmissione arriva con l'inserimento di altre pagine di testo e pubblicità qui composte e che aggiunte alle pagine teletrasmesse formano un'edizione locale del medesimo quotidiano, possono essere attuate dalle aziende con la salvaguardia dei livelli occupazionali alle seguenti condizioni:

a) nelle aziende in cui la teletrasmissione ha luogo, sarà mantenuto il livello occupazionale precedente all'impiego della stessa (numero dei posti di lavoro);

b) nel caso che la trasmissione in fac-simile riguardi testate plurime o varie testate facenti capo ad uno stesso gruppo editoriale, il manteni-

mento dei livelli occupazionali dovrà essere salvaguardato sia dall'unità aziendale che trasmette, come da quella che riceve in fac-simile;

c) ogni qualvolta si intenda introdurre l'utilizzazione o una nuova o diversa utilizzazione della trasmissione in fac-simile le Federazioni stipulanti si incontreranno un mese prima della prevista entrata in funzione del nuovo sistema per esaminare i riflessi di tali innovazioni;

d) le parti contraenti si impegnano a incontrarsi almeno ogni sei mesi per verificare, attraverso i dati previdenziali di categoria, il movimento delle forze occupazionali del settore - a monte e a valle del processo produttivo - conseguente all'introduzione della trasmissione in fac-simile nell'intento che la teletrasmissione non danneggi i livelli occupazionali.

Le Federazioni stipulanti si impegnano, nel caso in cui dall'esame di questi elementi risultassero sostanziali modificazioni di livelli occupazionali riferibili all'entrata in funzione del nuovo sistema, a proporre e a realizzare congiuntamente iniziative capaci di sanare tali situazioni.

Economie di gruppo ed internazionali (Sinergie editoriali)

ART. 43

L'utilizzazione plurima del materiale giornalistico (sinergie editoriali) realizzata anche con l'impiego di sistemi informatici e telematici da parte di testate (quotidiani, periodici, agenzie di informazione) apparte-

nenti o comunque collegate a gruppi editoriali o consorzi di testate, deve essere diretta all'economicità delle gestioni, al recupero produttivo, allo sviluppo del pluralismo, al miglioramento della qualità dell'informazione, all'ampliamento della diffusione dei giornali e delle aree di mercato facilitando anche la nascita di nuove iniziative, in una prospettiva di tutela dell'occupazione ed avendo riguardo alla valorizzazione della professionalità giornalistica ed alle caratteristiche tipiche delle testate interessate.

Il programma di integrazione o di supporto del materiale giornalistico redazionale delle singole testate, impostato dai gruppi o aziende sulla base del piano editoriale alla cui definizione partecipano i direttori delle testate interessate, deve essere attuato, nel rispetto della piena autonomia dei direttori ai sensi dell'art. 6 e del ruolo attivo delle redazioni interessate, promuovendo la equilibrata valorizzazione delle risorse professionali.

In tal senso l'utilizzo del materiale messo a disposizione della redazione con il programma di integrazione o di supporto è stabilito dal direttore nell'esercizio dei propri poteri.

La redazione si avvarrà degli strumenti tecnico-professionali necessari ed idonei per eventuali interventi. Ai giornalisti non potrà essere richiesta l'obbligatorietà di prestazioni multimediali esterne al settore della stampa e l'utilizzazione dei risultati dell'attività giornalistica deve essere effettuata esclusivamente nell'ambito delle testate interessate

ai programmi sinergici, per i quali non trova applicazione l'art. 14.

Il programma di integrazione o di supporto del materiale giornalistico sarà realizzato nel rispetto dell'autonomia professionale dei giornalisti secondo le specifiche legislative e del presente contratto.

I singoli piani relativi ai programmi di integrazione o di supporto - con i necessari riferimenti alla salvaguardia dell'occupazione nelle forme e con gli strumenti previsti dal contratto - saranno trasmessi alla Commissione paritetica nazionale di cui all'art. 47 che esprimerà pareri sulla conformità degli stessi alle norme contrattuali. I piani saranno contestualmente trasmessi alla FIEG, alla FNSI ed alle organizzazioni aziendali e regionali. La Commissione paritetica nazionale si pronuncerà nei 20 giorni successivi alla trasmissione dei piani.

Acquisito il parere della Commissione, i piani relativi ai programmi di integrazione o di supporto formeranno oggetto di confronto in sede aziendale ai fini della loro applicazione, confronto che dovrà esaurirsi nei trenta giorni successivi. Le aziende dovranno fornire notizie e dati utili ai fini dell'esame dei piani. In sede di confronto i c.d.r. potranno essere assistiti dalle organizzazioni sindacali territoriali. In caso di controversie nella fase applicativa, ognuna delle parti potrà chiedere il rinvio delle questioni in esame alle organizzazioni nazionali per le soluzioni di competenza.

Inseriti separati o altre testate non prodotti dalla redazione possono essere diffusi in aggiunta alle nor-

malì edizioni dei quotidiani o dei periodici, nel rispetto delle prerogative del direttore di cui all'art. 6.

Per i trasferimenti ed i mutamenti di mansione dei giornalisti eventualmente necessari per l'attuazione dei piani troverà attuazione quanto disposto dall'art. 22.

Nei modi che saranno definiti in sede aziendale i giornalisti delle singole testate quotidiane o periodiche interessate a processi sinergici saranno posti nelle condizioni di conoscere l'utilizzazione finale della loro opera ferma restando la tutela prevista dall'art. 7 della legge 22.4.1941, n. 663.

La Commissione nazionale paritetica esprime, quale organo di promozione delle relazioni industriali tra le predette Federazioni, pareri in ordine alla futura evoluzione contrattuale della normativa sulla base delle esperienze realizzate e delle questioni insorte in sede di applicazione.

DICHIARAZIONI A VERBALE

Le parti dichiarano che il compito affidato alla Commissione paritetica nazionale è quello di un serio approfondimento del piano, con tempi serrati di confronto, con l'intento di pervenire ad un parere di conformità comune.

Alla fine, nei tempi previsti, il parere dovrà essere formulato eventualmente riflettendo le differenti valutazioni dei componenti.

Nei casi di maggior rilevanza nazionale ove il parere non fosse unanime le Organizzazioni nazionali possono trasmetterlo per conoscenza al Ministero del Lavoro.

Rapporto tra informazione e pubblicità

ART. 44

Allo scopo di tutelare il diritto del pubblico a ricevere una corretta informazione, distinta e distinguibile dal messaggio pubblicitario e non lesiva degli interessi dei singoli, i messaggi pubblicitari devono essere chiaramente individuabili come tali e quindi distinti, anche attraverso apposita indicazione, dai testi giornalistici.

Gli articoli elaborati dal giornalista nell'ambito della sua normale attività redazionale non possono essere utilizzati come materiale pubblicitario. I testi elaborati da giornalisti collaboratori dipendenti da uffici stampa o di pubbliche relazioni devono essere pubblicati facendo seguire alla firma l'indicazione dell'organizzazione cui l'autore del testo è addetto quando trattino argomenti riferiti all'attività principale dell'interessato. I direttori nell'esercizio dei poteri previsti dall'art. 6, e considerate le peculiarità delle singole testate, sono garanti della correttezza e della qualità dell'informazione anche per quanto attiene il rapporto tra testo e pubblicità. A tal fine i direttori ricevono periodicamente i pareri dei comitati di redazione.

Aggiornamento culturale-professionale

ART. 45

Le parti, allo scopo di soddisfare l'esigenza di un costante aggiornamento culturale-professionale dei

redattori, attraverso una regolamentazione concordata a livello nazionale, convengono quanto segue:

- le aziende, in relazione alle specifiche esigenze ed alle disponibilità, d'intesa con le direzioni ed i comitati o fiduciari di redazione, avvieranno a tale scopo iniziative determinandone programma, durata, mobilità di svolgimento e di partecipazione;

- ciascuna azienda favorirà la partecipazione di singoli giornalisti a corsi di aggiornamento, seminari, iniziative culturali-professionali attinenti le loro specifiche competenze previo parere del direttore sulla base di idonea documentazione; è rinviata alla sede aziendale la regolamentazione degli aspetti relativi ai periodi di permesso retribuito e di concorso alle spese;

- le Federazioni contraenti promuovono e organizzano, annualmente e congiuntamente - in collaborazione con gli organismi professionali - corsi nazionali o di aggiornamento culturale-professionale, stabilendone di volta in volta programmi, durata, modalità di partecipazione dei giornalisti e concorso delle aziende agli eventuali oneri. Le Federazioni medesime valuteranno periodicamente i risultati delle esperienze realizzate a livello aziendale in materia di aggiornamento professionale.

Commissione paritetica nazionale

ART. 47

(Sostituire l'attuale contenuto dell'art. 47 con il seguente testo)

E' costituita una Commissione paritetica nazionale, formata da quattro rappresentanti della Federazione Editori e da quattro rappresentanti della Federazione Nazionale della Stampa, cui è demandata la gestione applicativa ed interpretativa del contratto nazionale.

La Commissione svolgerà anche funzioni di conciliazione per le vertenze individuali e collettive connesse con l'interpretazione del contratto nazionale che le parti aziendali sono tenute a sottoporre al giudizio conciliativo della Commissione stessa sospendendo nel frattempo ogni altra azione. Decorso un mese dalla denuncia delle controversie alla Commissione senza che il tentativo di conciliazione sia stato compiuto od abbia avuto esito le parti potranno adire l'autorità giudiziaria riprendendo la propria libertà di azione.

NOTA A VERBALE

1) Tutte le commissioni previste dal c.n.l.g. 30 giugno 1988 relative alla applicazione ed interpretazione del contratto sono abrogate. Entro tre mesi dalla stipula del presente contratto le parti definiranno le modalità operative e di funzionamento della Commissione paritetica nazionale.

2) Per i casi di responsabilità civile verso terzi conseguenti ai reati commessi dal giornalista nell'esercizio dell'attività professionale e coinvolgenti questioni di estrema rilevanza economica, le parti stipulanti convengono sulla opportunità di attivare un collegio arbitrale in Roma,

composto da un rappresentante per parte e da un terzo membro nominato di comune accordo. Il collegio dovrà esaminare, nella fattispecie concreta e sulla base degli elementi di fatto, gli eventuali limiti di responsabilità del giornalista nel contesto complessivo della linea politico-redazionale della testata.

ALLEGATO D PROTOCOLLO DI CONSULTAZIONE SINDACALE

1) Nei casi di crisi aziendale per i quali l'azienda intenda anche richiedere l'applicazione delle norme di cui all'art. 35 della legge n. 416/1981, l'editore, salvo i casi di cessazione di attività, presenterà al comitato di redazione, nonché tramite la FIEG alla FNSI, il piano di ristrutturazione che sarà finalizzato al risanamento economico, all'avvio di una gestione equilibrata e a prospettive di consolidamento e sviluppo dell'iniziativa editoriale e preciserà le cause che determinano la contrazione lavorativa, l'entità e la durata prevedibili di tale contrazione e il numero dei giornalisti interessati. La presentazione del piano costituisce adempimento all'onere di comunicazione previsto dall'art. 5 (4° comma) della legge n. 164 del 20 maggio 1975.

2) Su richiesta di una delle parti, l'editore, il direttore e il comitato di redazione - assistito dall'organizzazione sindacale - procederanno ad un esame congiunto della situazione per definire la nuova organizzazione del lavoro redazionale, in relazione alle sue esigenze qualitative

e quantitative, e le necessità di organico ad essa conseguenti.

3) In rapporto alle eccedenze occupazionali risultanti le parti verificheranno, nell'ordine, la possibilità di applicazione dell'art. 33 del c.n.l.g. e di attivazione dei prepensionamenti ai sensi dell'art. 37 della legge 416/1981 (con particolare riferimento al 1° e 2° comma), nonché le occasioni di mobilità nell'ambito di altre testate pubblicate dalla stessa azienda editoriale.

4) E' di competenza del direttore, tenute presenti le esigenze aziendali e sentite le osservazioni del comitato di redazione, procedere alla composizione del nuovo organico di cui ai punti 1, 2 e 3 individuando i giornalisti per i quali l'azienda richiederà l'applicazione della Cassa integrazione guadagni (Cig). Il direttore comunicherà i criteri in base ai quali ha proceduto alla suddetta individuazione.

5) La procedura di consultazione dovrà esaurirsi, salvo diverso accordo tra le parti, entro 25 giorni dalla data di richiesta di attivazione.

La domanda dell'azienda per l'intervento della Cig sarà inviata, per conoscenza, anche all'Inpgi.

6) Salvo oggettivi motivi di impedimento l'azienda anticiperà ai giornalisti posti in Cig il trattamento di integrazione salariale durante il periodo di definizione delle procedure amministrative, procedendo al recupero delle somme anticipate in sede di conguaglio contributivo con l'Inpgi una volta emanato il provvedimento di ammissione in Cig.

7) L'azienda e la direzione sono tenute ad informare periodicamente

gli organismi sindacali sulle fasi di realizzazione del piano di ristrutturazione, riequilibrio e sviluppo.

8) Nel periodo di applicazione dell'art. 35 della legge n. 416 l'azienda editoriale, su proposta del direttore, richiamerà in servizio i giornalisti posti in Cig per sopperire alle esigenze di servizio e in tutti i casi in cui si manifesti la necessità di reintegrare l'organico o di adeguarlo a nuove esigenze o alla realizzazione di iniziative di sviluppo.

Nello stesso periodo l'azienda non può procedere ad assunzioni di giornalisti o praticanti; eventuali deroghe - limitatamente ai casi di dimostrata necessità connessi con la funzionalità dei servizi redazionali o per acquisire specifici apporti professionali - devono essere precedute dalla consultazione tra il direttore e il comitato di redazione sui motivi che le giustificano.

DICHIARAZIONE CONGIUNTA FIEG/FNSI SUI MINORI ED I SOGGETTI DEBOLI *(da allegare al contratto)*

Ai fini di sviluppare una informazione sui minori e sui soggetti deboli più funzionale alla crescita civile del nostro paese, la Federazione Nazionale della Stampa Italiana e la Federazione Italiana Editori Giornali, confermano che l'informazione deve riconoscere e rispettare i principi sanciti dalla Convenzione Onu del 1989 sui diritti del bambino e richiamano le specifiche normative previste dal Codice di procedura penale a tutela dei minori.

2. LE CARTE DEI DIRITTI E DEI DOVERI

A. Il Sole-24 Ore (1987)

Il Direttore e il Comitato di redazione de «Il Sole-24 Ore» hanno sottoscritto il Codice di autodisciplina dei giornalisti che qui di seguito pubblichiamo.

Premessa

A tutela della propria indipendenza e attendibilità nonché per evitare conflitti di interesse derivanti dalle caratteristiche stesse dell'informazione economica e finanziaria, i giornalisti de «Il Sole-24 Ore» sottoscrivono questo Codice di autodisciplina, ne condividono le motivazioni e si impegnano a rispettare, nell'esercizio della professione, le norme in esso contenute.

I giornalisti de «Il Sole-24 Ore» sono infatti consapevoli che la fiducia dei lettori costituisce il patrimonio più prezioso sia per i singoli redattori sia per il giornale e ritengono che il modo migliore per garantire tale fiducia sia un comportamento trasparente all'interno di linee-guida liberamente accettate.

Attività finanziarie

Il giornalista de «Il Sole-24 Ore» non può scrivere articoli relativi ad azioni sul cui andamento borsistico, direttamente o indirettamente, abbia un interesse finanziario, senza rivelare al Direttore l'esistenza di tale interesse.

Analogamente, il giornalista de «Il Sole-24 Ore» non può acquistare o vendere azioni che costituiscono ar-

gomento di articoli della cui redazione è stato incaricato o che si propone di scrivere a breve termine.

Al giornalista de «Il Sole-24 Ore» non è precluso l'acquisto, il possesso o la vendita di titoli emessi da società quotate e non, a condizione che egli si adegui alle seguenti regole di comportamento:

a) l'investimento non deve rispondere a intenti speculativi o di breve termine, intendendosi per tali le operazioni avviate e concluse in un arco di tempo inferiore ai sei mesi tra l'acquisto dei titoli e la loro vendita;

b) il giornalista non può utilizzare per interesse personale né direttamente né indirettamente informazioni finanziarie di natura riservata, delle quali sia venuto in possesso e che non siano ancora diventate di pubblico dominio attraverso la pubblicazione su «Il Sole-24 Ore».

Qualora, per circostanze non previste, il giornalista si trovasse nella necessità di eludere queste regole di comportamento, potrà essere autorizzato a derogarvi dal Direttore o, in sua assenza, da un Vicedirettore.

Con queste regole non si vuole impedire ai giornalisti de «Il Sole-24 Ore» la possibilità di acquistare titoli in Borsa o di fare qualsiasi altro investimento, ma soltanto evitare comportamenti di natura speculativa e rimuovere ogni sospetto che possa inquinare il rapporto di fiducia con i lettori.

Attività professionali esterne

Nessun giornalista de «Il Sole-24 Ore» può assumere incarichi stabili, anche di consulenza o part-time, per enti, società, organizzazioni sindacali e politiche senza autorizzazione scritta del Direttore. I redattori attuali de «Il Sole-24 Ore» devono comunicare per iscritto al Direttore tutti gli incarichi, i rapporti di consulenza o di collaborazione esterna in atto. I nuovi assunti effettueranno analoga comunicazione congiuntamente all'accettazione della lettera di assunzione e del presente Codice di autodisciplina.

Il Direttore potrà revocare ogni autorizzazione a collaborare con enti, società e organizzazioni esterne, specie quando tale collaborazione può condizionare, sotto il profilo qualitativo e professionale, l'attività redazionale del giornalista.

Le limitazioni sopra previste non si applicano ovviamente alle collaborazioni, in atto o future, con altre società collegate a «Il Sole-24 Ore».

Regali e viaggi

I giornalisti de «Il Sole-24 Ore» non accetteranno, né direttamente né indirettamente:

- a) regali o donazioni il cui valore ecceda le normali forme di cortesia;
- b) pagamenti, rimborsi spese, prestiti gratuiti da società o privati che possano condizionare l'attività redazionale;
- c) inviti a viaggi, trasferte e vacanze gratuite da società, enti o privati che comportino impegni redazionali di qualsiasi tipo.

In particolare, per quanto riguarda i viaggi all'estero organizzati da so-

cietà ed enti con motivazioni variamente promozionali e informative, resta insindacabile prerogativa del Direttore autorizzare la partecipazione di giornalisti de «Il Sole-24 Ore».

Considerazioni finali

I giornalisti de «Il Sole-24 Ore» sono consapevoli che l'accettazione di questo Codice di comportamento non è di per sé una garanzia di incorruttibilità e di corretta professionalità. Sono tuttavia convinti che, al di là dei casi specifici e personali di scorretta informazione sempre possibili in un'attività frenetica come quella quotidiana, sia indispensabile rispettare con buonsenso e onestà, regole di comportamento tali per cui nessuno - lettore, collega, amministratore, autorità politica e amministrativa - possa avere fondati sospetti circa un uso improprio del ruolo di giornalista de «Il Sole-24 Ore».

B. Il Manifesto (1989)

1. Preludio

Il manifesto è un quotidiano, una vicenda politica; un collettivo di lavoro di uomini e donne. La sua identità culturale e ideale è rintracciabile nel complesso del suo ormai lungo itinerario. Nel suo fare informazione e cultura politica, *il manifesto* continua a fondarsi su questa sua storia, riattualizzandone di continuo l'ispirazione e i contenuti fondamentali.

Il femminismo e la cultura delle donne sono parte integrante

dell'identità originaria e della storia politica del *manifesto*.

Il *manifesto* è un'impresa politica e professionale di cultura collettiva, pienamente autonoma dai centri di potere politico ed economico.

Il presente statuto intende prevedere e regolare le forme interne di decisione collettiva. La partecipazione alla proprietà editoriale comporta l'esplicita accettazione dello statuto, così come esso è accettato dall'attuale proprietà cooperativa.

2. L'Assemblea

L'assemblea del *manifesto* è formata da tutti coloro che da almeno due anni hanno un rapporto di lavoro, anche a tempo parziale, con il giornale, siano essi redattori o addetti ai servizi. La segreteria di redazione terrà l'elenco aggiornato dei membri.

Sono materia di competenza dell'assemblea: le opzioni e le iniziative politiche del giornale, la nomina della direzione, le questioni inerenti alla proprietà, l'impostazione dei progetti editoriali, gli indirizzi dell'organizzazione tecnico-produttiva del lavoro.

3. Convocazione

L'assemblea verrà convocata con almeno sette giorni di anticipo con apposito avviso appeso nello spazio delle comunicazioni interne e telefonicamente, da parte della segreteria di redazione, per quanto riguarda i corrispondenti, i collaboratori fissi e i redattori assenti per ragioni di servizio (qualora siano raggiungibili).

L'assemblea può essere convocata

dal direttore, dal comitato editoriale o da un quarto dei suoi componenti, sulla base di un chiaro ordine del giorno.

In apertura dei lavori, l'assemblea elegge un suo presidente, che ne regolerà lo svolgimento e ne terrà un verbale essenziale, e che, fino all'assemblea successiva, verificherà il rispetto delle regole statutarie e delle decisioni assembleari.

Almeno una volta l'anno l'assemblea verrà convocata per discutere una relazione del direttore sullo stato del giornale.

4. Votazioni

L'assemblea può deliberare con votazione quando sia presente (personalmente o per delega) la maggioranza dei membri e decide di regola a maggioranza dei votanti. Chi è impossibilitato, per ragioni di lavoro o di forza maggiore, a essere presente, può delegare un altro membro dell'assemblea; una persona non può esercitare più di una delega.

Su richiesta di almeno un quinto dei presenti, l'assemblea vota a scrutinio segreto. In questo caso al presidente verranno affiancati due scrutatori.

Il presidente dell'assemblea, per le votazioni ritenute fondamentali, può raccogliere telefonicamente i voti dei corrispondenti dall'estero e dei membri dell'assemblea impegnati in servizi esterni a parere del direttore non rinviabili, a condizione che tali persone siano rapidamente consultabili.

Successivamente alla sua entrata in vigore, che avviene immediatamente dopo la sua votazione, lo statuto

può essere modificato col voto del 60% dei membri dell'assemblea.

5. Comitato editoriale

Il Comitato editoriale è il massimo organo di garanzia nella vita del giornale e nei confronti dei lettori. I suoi membri, tra i quali non può esserci il direttore in carica, vengono eletti dall'assemblea con una maggioranza dei due terzi dei votanti.

In caso di vacanza, l'assemblea viene convocata entro un mese per l'elezione del nuovo Comitato editoriale.

6. Elezione del direttore

La scelta del direttore (o dei direttori) del giornale è pertinenza esclusiva dell'assemblea del *manifesto* così come definita più sopra.

La facoltà di proposta è affidata al comitato editoriale, sentita la proprietà e alla luce delle altre consultazioni che esso riterrà opportuno fare.

Un quarto dei membri dell'assemblea può avanzare proposte alternative o integrative. Dopo l'illustrazione delle proposte in assemblea, il candidato o i candidati presenteranno i loro programmi editoriali. Una successiva assemblea completerà la discussione e procederà alla votazione.

Il direttore è eletto con il 51% degli aventi diritto al voto.

7. Poteri del direttore

Il direttore, il cui mandato è di tre anni, è responsabile della conduzione del quotidiano e, con il comitato editoriale, della sua immagine politica. E' tenuto a farsi carico della na-

tura collettiva del giornale e dei poteri dell'assemblea.

Il direttore può proporre uno o più suoi vicedirettori e l'assemblea entro un mese è chiamata ad esprimere un parere vincolante.

Il direttore, consultati i relativi gruppi di lavoro, affida le responsabilità interne e decide sulle assunzioni redazionali e sui licenziamenti. Su tutto ciò dà comunicazione motivata all'assemblea. Un quarto dell'assemblea può chiedere che le scelte del direttore vengano approvate (o respinte) con apposita votazione.

8. Revoca del direttore

Il mandato del direttore può essere revocato per sfiducia prima della sua scadenza. La relativa assemblea può essere convocata, con dettagliata motivazione, su iniziativa di un quinto dei suoi membri e la revoca deve essere approvata dal 51% degli aventi diritto al voto.

9. Vacanza di direzione

In caso di vacanza di direzione la reggenza del giornale viene assunta dal comitato editoriale, che può delegarla a uno o più redattori. Entro un mese dovrà essere convocata l'assemblea per la nomina del nuovo direttore.

10. Consiglio di redazione

Per istruire le questioni e per impostare il lavoro del giornale viene formato il consiglio di redazione, struttura intermedia, consultiva e operativa, tra direzione e assemblea. Tale organismo è formato dai responsabili dei singoli settori di lavoro e da altre persone di volta in

volta invitate dal direttore, con particolare attenzione verso i corrispondenti.

11. Riunione giornaliera

Tutti hanno il diritto-dovere, compatibilmente con gli impegni di lavoro, di partecipare a una riunione quotidiana di redazione per l'impostazione del giornale e per la verifica del numero uscito. Alla riunione sono comunque tenuti a essere presenti i membri del consiglio di redazione.

12. Doveri

I membri dell'assemblea si impegnano a rispettare le regole e le decisioni statutarie ed assembleari e ad assumere i vincoli di orario, di presenza e di impegno stabiliti collettivamente e con gli organi gestionali; si dichiarano disponibili a forme consensuali di mobilità interna; accettano, fintantoché ciò sarà necessario per preservare l'autonomia della testata, livelli di retribuzione e inquadramento inferiori al mercato. Le collaborazioni firmate o a carattere pubblico ad altri mezzi di informazione o con altri soggetti vanno concordate con il direttore. Sono ritenute incompatibili le collaborazioni a uffici stampa o pubbliche relazioni.

13. Pubblicità

Su nessun testo anche indirettamente pubblicitario può essere chiesta la firma di un redattore. Tutti i testi pubblicitari devono apparire chiaramente tali al lettore, facilmente distinguibili dalle parti del giornale scritte sotto la responsabilità della

redazione. La provenienza dei messaggi deve essere sempre individuabile.

Il presente statuto è stato approvato dall'assemblea a stragrande maggioranza (1 voto contrario, 1 astenuto, 1 non partecipante al voto). All'unanimità è stato deciso che l'incompatibilità tra Comitato editoriale e direzione non riguarda l'assetto attualmente in vigore.

C. La Repubblica (1989)

Regolamento di gestione della testata *La Repubblica* approvato dall'assemblea dei redattori dall'11 dicembre.

1. Informazione preventiva sui mutamenti dell'assetto della proprietà editoriale

1. Ogni operazione relativa al capitale della società editrice della testata, suscettibile di modificare le posizioni degli azionisti che ne detengono, anche congiuntamente, il controllo, dovrà essere comunicata al Comitato di redazione della testata almeno 3 giorni prima della sua formale definizione (intendendosi per tale ogni atto che impegna definitivamente gli azionisti). L'obbligo di preventiva informazione comprende le operazioni che modificano le quote di partecipazione al capitale in misura superiore all'1% delle azioni aventi diritto al voto o dei titoli comunque convertibili in azioni aventi diritto al voto, e si estende a tutti i soggetti che esercitano, anche

congiuntamente ad altri soggetti in virtù di patti parasociali, il controllo di fatto della società editrice ai sensi dell'articolo 2357 del codice civile e dell'articolo 2 della legge 5 agosto 1981, n. 416, e successive modificazioni.

2. L'obbligo di preventiva comunicazione si estende, nei limiti e alle condizioni di cui al paragrafo 1, alle operazioni sul capitale delle società che detengono, direttamente o indirettamente, il controllo di fatto della società editrice della testata.

3. Deve essere altresì comunicata al Comitato di redazione ogni altra operazione sul capitale della società editrice della testata (e delle società che ne detengono, anche indirettamente, il controllo di fatto ai sensi delle leggi richiamate al par. 1), se essa: a) modifica la quota di partecipazione al capitale di un soggetto o gruppo che disponga (o venga a disporre per effetto dell'operazione in questione) di una quota di partecipazione superiore al 5% delle azioni aventi diritto al voto; b) concerne una quota di partecipazione superiore all'1% delle azioni aventi diritto al voto o di titoli comunque convertibili in azioni aventi diritto al voto.

4. Gli obblighi di preventiva informazione di cui ai par. 1 e 2 e quelli di successiva informazione di cui al par. 3 si applicano anche nel caso in cui le modificazioni rilevanti dell'assetto proprietario (più dell'1% delle azioni aventi diritto al voto) derivino dalla somma di più operazioni. In questo caso, l'obbligo di informazione assume come data di riferimento quella nella quale si è

perfezionata l'operazione che determina il superamento della soglia di rilevanza dell'1%.

5. La società editrice potrà richiedere al Comitato di redazione di mantenere riservate le informazioni trasmesse ai sensi dei paragrafi precedenti.

6. Salvo quanto previsto dal par. 5, il Comitato di redazione avrà il diritto di chiedere la pubblicazione sulla testata delle informazioni ad esso comunicate.

II. Nomina del direttore della testata

1. Le proposte di nomina del direttore della testata sono preventivamente sottoposte all'assemblea dei redattori, la quale, entro 7 giorni dalla comunicazione, potrà esprimere o negare, a scrutinio segreto, il suo gradimento.

III. Comitato dei garanti

1. A far tempo dalla prima applicazione delle norme di cui al par. 1 del titolo II, è istituito il Comitato dei Garanti della testata *La Repubblica*.

2. Il Comitato dei Garanti esercita compiti di vigilanza sulla gestione informativa della testata e ne garantisce l'indipendenza anche ai fini della tutela dell'autonomia professionale dei redattori e del diritto all'informazione dei lettori.

3. Il Comitato dei Garanti, nell'esercizio delle funzioni di cui al paragrafo 2, redige semestralmente una relazione sull'attività informativa della testata sottoponendola all'es-

me degli amministratori della società editrice e dell'assemblea dei redattori. La relazione viene allegata al bilancio della società editrice e ne viene data esauriente informazione su *La Repubblica*.

4. Il Comitato dei Garanti può rivolgere specifiche raccomandazioni al direttore da pubblicare sulla testata su richiesta dello stesso Cdg. In particolare, il Cdg si esprime, su ricorso del Cdr, sulle controversie relative agli effetti di pressioni e ingerenze esterne o da parte dell'editore, sull'identità del giornale, sull'indipendenza della testata e sul rispetto della deontologia professionale.

5. Il Comitato dei Garanti si esprime sul rispetto delle parti del protocollo sulla trasparenza pubblicitaria che fa parte integrante del presente regolamento di gestione.

6. Al Comitato dei Garanti può fare appello il lettore per vedere tutelati i propri diritti alla riservatezza, alla presunzione d'innocenza, alla rettifica pur in assenza di ricorso alla legge sulla stampa.

7. I nomi dei componenti il Comitato dei Garanti vengono indicati nella gerenza.

8. Il Comitato dei Garanti è composto di cinque membri scelti tra personalità di comprovata autorevolezza e indipendenza e viene rinnovato ogni due anni. Di esso, due membri sono designati dalla società editrice, due eletti a scrutinio segreto dalla redazione su proposta del Cdr con maggioranza qualificata dei 2/3 dei votanti e il quinto, con funzioni di presidente, è prescelto all'unanimità dai quattro membri predetti.

8/a. E' incompatibile con l'incarico di garante o presidente del Comitato chiunque abbia rapporti di lavoro con la società editrice (nel caso di giornalisti professionisti articolo 1 l'incompatibilità si estende anche a chi abbia rapporti di dipendenza con società diverse), o abbia con essa qualsiasi relazione di partecipazione diretta, indiretta, e con sue consociate, sotto qualsiasi forma. E' altresì incompatibile con la funzione di garante chi abbia funzione di rappresentanza, in qualsiasi forma, di un partito politico.

8/b. Nel caso in cui, nel corso dell'esercizio delle proprie funzioni, un membro del Comitato si trovasse nella posizione di cui al punto 8/a, sarà tenuto a dimettersi dall'incarico.

8/c. In caso di dimissioni di uno dei membri, o del presidente, la parte che lo ha espresso dovrà procedere alla designazione di un nuovo membro, con le medesime procedure descritte al punto 2, entro 7 (sette) giorni dalla comunicazione delle dimissioni.

8/d. Il Comitato s'intende decaduto nel caso di contemporanee dimissioni di due suoi membri. L'assemblea ha potere di revocare il mandato ai suoi rappresentanti. In questa eventualità si provvederà a nuove elezioni nel termine di 7 (sette) giorni, secondo le procedure di cui al punto 8.

8/e. Nel caso una o entrambe le parti non rispettassero le procedure di cui ai punti 8/c e 8/d, le funzioni attribuite al Comitato verranno assunte direttamente dalle parti.

IV. Potere del Comitato di redazione e norme sull'organizzazione della redazione

1. Salvo restando quanto previsto nel par. 5 del tit. III, i provvedimenti attinenti allo sviluppo dell'attività editoriale, all'organizzazione redazionale e all'organico redazionale saranno comunicati al Comitato di redazione almeno 120 giorni prima della loro adozione.
2. L'efficacia dei provvedimenti concernenti la chiusura di redazioni o di uffici di corrispondenza o la soppressione di iniziative editoriali sarà subordinata al gradimento del Comitato di redazione della testata.
3. I provvedimenti di nomina o di revoca di vice direttori, capi redattori e capi delle redazioni periferiche, saranno sottoposti, salvo restando quanto previsto dal par. 5 del tit. III, al preventivo parere del Comitato di redazione.

V. Sanzioni

1. In caso di violazione nelle disposizioni del presente regolamento di gestione, si applica l'articolo 28 della legge 20 maggio 1970, n. 300 (Statuto dei lavoratori).

La Repubblica (1990)

Nomina del direttore

La nomina del direttore sarà comunicata al comitato di redazione almeno 48 ore prima dell'assunzione della carica da parte del designato e

con priorità rispetto a qualunque comunicazione a terzi.

Le facoltà del direttore sono determinate da accordi da stipularsi tra l'editore e il direttore. Gli accordi non potranno comunque risultare in contrasto con le norme sull'ordinamento della professione giornalistica, del Cnlg, degli accordi aziendali in essere e del presente patto.

Il direttore, quale primo atto del suo insediamento, illustra all'assemblea dei redattori il contenuto degli accordi stipulati con l'editore, nonché i principi di massima cui intende ispirarsi in merito alla linea politico-editoriale.

In relazione alla specificità e alla complessità de *La Repubblica*, tenuto conto dell'esperienza direzionale maturata e nei termini temporali a ciò necessari, non superiori a 60 gg., il direttore, d'intesa con l'editore, illustrerà all'assemblea dei redattori lo specifico programma di attuazione della linea politico-editoriale, copia del quale sarà consegnata al Cdr, con particolare riferimento a organizzazione del lavoro, organici, criteri di utilizzazione delle varie figure professionali e dei collaboratori.

Su tale programma l'assemblea esprime il proprio parere, che il Cdr farà proprio, e riferirà immediatamente al direttore.

Cambio di linea politico-editoriale, clausola di coscienza

Nel caso di passaggio di proprietà dell'azienda, i diritti acquisiti dal giornalista si intendono riconosciuti

dal nuovo proprietario. Il passaggio di proprietà non determina di per sé il diritto del giornalista di invocare la clausola di coscienza. Tale diritto potrà essere esercitato nel caso in cui si determini successivamente un cambiamento sostanziale dell'indirizzo politico del quotidiano con riferimento anche ai principi contenuti nel presente patto. In questo caso, così come nel caso in cui, consenziente l'editore, tale cambiamento sostanziale dell'indirizzo politico derivi da un cambio di direzione o da determinazione del direttore in carica, il redattore può invocare la clausola di coscienza, dimettendosi senza preavviso, con diritto a percepire l'indennità prevista dall'art. 32 del Cnlg.

Il Cdr potrà esprimere al direttore le proprie osservazioni in merito alle posizioni assunte dal giornale che possano apparire sostanzialmente contrastanti con il contenuto del presente accordo e con il programma politico-editoriale.

Partecipazione al capitale

La direzione aziendale si impegna a proporre agli organismi statutari deliberanti, successivamente alla quotazione in Borsa de *La Repubblica* e in occasione di ulteriori aumenti del capitale azionario, di riservare una quota delle nuove emissioni di azioni ai giornalisti della testata, compatibilmente con gli impegni già assunti e con le specifiche condizioni di emissione, secondo le modalità stabilite dagli stessi organismi statutari deliberanti e approvate dagli organismi pubblici esistenti.

Poteri del Cdr

Il Cdr verifica l'applicazione dei principi e delle regole contenuti in questo patto.

Nel caso di avvio di nuove iniziative, o soppressione di iniziative editoriali già avviate, o di chiusura di redazioni, la relativa decisione dovrà essere comunicata con un congruo anticipo al Cdr, salvo casi di motivata urgenza.

I provvedimenti di nomina o di revoca di capiredattori, capi delle redazioni distaccate e responsabili di settore saranno comunicati al Cdr per gli effetti di cui al Cnlg.

I trasferimenti di sede o di servizio e i mutamenti di qualifica o di mansione sono sottoposti, previa richiesta dell'interessato, al parere del Cdr.

Il direttore fornisce al Cdr la necessaria informativa sul numero, i costi complessivi, e i criteri adottati per le collaborazioni, che non potranno essere in contrasto con quanto espresso nella premessa del presente patto.

Il direttore, in periodici incontri, informerà il Cdr sull'andamento della testata, dei dati di vendita e diffusione in rapporto con le testate concorrenti. Una volta all'anno fornirà l'elenco delle iniziative speciali di natura redazionale e non pubblicitaria, con relative proposte per gli organici redazionali.

Titolarità dell'informazione

In caso di tagli, integrazioni o modifiche sostanziali di articoli o servizi, tali da alterarne il significato origi-

nale, l'azienda fornirà gli strumenti tecnici per consentire la conservazione della copia/versione originale degli articoli per un periodo minimo di tre giorni successivi alla data di pubblicazione.

L'utilizzazione al di fuori della testata *La Repubblica* - anche sui giornali stranieri - di articoli elaborati da giornalisti del quotidiano può avvenire solo rispettando il contenuto del servizio e previa autorizzazione dell'autore, che dovrà in ogni caso essere indicato come tale.

Garante del lettore

Al fine di tutelare gli interessi del lettore, fra le parti si stabilisce di creare la figura di un Garante del lettore al quale si estenda la tutela sindacale prevista per i membri del Cdr. La carica non è cumulabile con quella di membro del Cdr.

Il direttore, sentito il Cdr, nomina il Garante del lettore, scegliendolo di preferenza tra i giornalisti de *La Repubblica*. In ogni caso, il Garante dovrà essere giornalista e non avere rapporti di lavoro con testate concorrenti de *La Repubblica*.

Il Garante dura in carica un anno più un mese per il passaggio delle consegne al nuovo Garante, periodo non rinnovabile.

Il Garante resta in carica fino alla scadenza del suo mandato, anche quando intervenga il cambio della direzione.

In caso di dimissioni, sarà nominato un nuovo Garante con le stesse procedure di cui sopra. Il nome del Garante sarà riportato nella «gerenza».

Al Garante possono fare appello i

lettori che ritenessero violato il rispetto della sfera privata delle persone; della presunzione di innocenza; di razza, colore della pelle e religione, se ad essi fosse stato fatto riferimento senza motivo di pubblico interesse.

Presa adeguata conoscenza dei casi, il Garante del lettore trasmette al direttore le sue segnalazioni e raccomandazioni e, qualora lo ritenga necessario, ne informa il Cdr. In ogni caso il Garante si asterrà dall'emettere giudizi di valore sul lavoro dei giornalisti e sulla loro professionalità.

Esclusività e incompatibilità

In aggiunta ai casi di diretta concorrenza con *La Repubblica*, nonché a quanto previsto dal primo e dall'ultimo comma dell'art. 8 e del Cnlg, a partire dalla data di approvazione del presente patto, la mancata autorizzazione a collaborare con altre testate, anche radio-televisive, sarà espressa con motivazione scritta. Tale motivazione dovrà fare riferimento ai seguenti motivi:

- contenuto professionale dell'impegno richiesto dalla collaborazione;
- compatibilità con l'immagine de *La Repubblica*;
- interessi del quotidiano e dei suoi supplementi;
- obblighi contrattuali del giornalista;
- organizzazione del lavoro del servizio di appartenenza.

I giornalisti de *La Repubblica* comunque si impegnano a non svolgere attività (uffici stampa, uffici di consulenza, promozione e relazioni

pubbliche, uffici e agenzie di pubblicità, house organs) che possano influire sulla obiettività e la completezza dell'informazione.

Per garantire la correttezza dell'informazione, i giornalisti de *La Repubblica* si impegnano a non accettare compensi o donazioni da persone, società, enti, partiti, organizzazioni religiose, sindacali, gruppi finanziari e d'opinione di cui debbano occuparsi nell'ambito della propria attività, e a non trarre profitto personale da informazioni acquisite per motivi professionali.

I giornalisti de *La Repubblica* chiamati a scrivere su fatti che coincidessero con interessi politici o finanziari di natura personale ed extraziendale si impegnano a darne tempestiva comunicazione al direttore.

D. RAI. Carta dei diritti e dei doveri del giornalista radiotelevisivo del servizio pubblico (1990)

Nomina dei direttori

1 - I direttori di testata sono nominati dal consiglio d'amministrazione, su proposta del direttore generale, in linea di massima per una durata triennale;

2 - entro due mesi dalla nomina il direttore di testata presenta all'assemblea di redazione il piano editoriale predisposto in armonia con il piano editoriale, approvato dal consiglio di amministrazione e l'organizzazione del lavoro, i compiti e le funzioni di ciascun settore, i criteri

per l'utilizzazione dei collaboratori in organico e fuori organico;

3 - la redazione esprimerà un parere sul piano editoriale formulato dal direttore di testata. In caso di parere negativo sul piano, il direttore avrà altri 15 giorni di tempo per riformularlo e presentarlo all'assemblea. L'esito della votazione sarà comunicato, tramite il direttore generale, al consiglio d'amministrazione della RAI.

Caporedattori regionali

4 - Il direttore della testata per l'informazione regionale comunicherà al comitato di redazione la nomina del caporedattore regionale responsabile della redazione, il quale illustrerà la linea editoriale territoriale e lo schema di organizzazione del lavoro, concordati con il direttore della *Tir*, che la redazione attuerà in collegamento con la politica editoriale della testata.

Il direttore della *Tir*, ferma restando la sua titolarità esclusiva del potere di proposta, proporrà al direttore generale la nomina dei vice caporedattori vicari delle redazioni regionali e le assunzioni e promozioni all'interno di rose di candidati, proposte dai caporedattori regionali;

5 - la redazione delle singole testate ed i caporedattori regionali provvederanno giornalmente ad indire una riunione con i rispettivi responsabili di «linea» per l'impostazione dei somari delle edizioni dei notiziari.

Poteri dei direttori

6 - Il direttore di testata propone al

direttore generale la nomina di uno o più vice direttori e ne informa il comitato di redazione;

7 - il direttore, in materia di assunzioni e promozioni, ha tutti i poteri previsti dal contratto e dagli accordi con l'editore; sull'argomento si fa anche esplicito richiamo all'accordo 24.10.1989, parte integrante della presente «Carta».

Informativa su appalti e collaborazioni

8 - Il direttore fornirà ai comitati di redazione la necessaria informativa sul numero, sui costi complessivi e sui criteri delle collaborazioni e degli appalti; analoga informativa sarà data dai caporedattori regionali ai rispettivi comitati di redazione;

9 - ai rappresentanti sindacali dei giornalisti inquadrati nelle reti sarà fornita l'informativa di cui al punto 7, relativamente ai contratti di collaborazione giornalistica e agli appalti in sede di commissione paritetica di cui al 3° comma dell'art. 18 dell'accordo integrativo al Cnlg 10.11.1988 (in proposito vedi anche accordo 4 luglio 1990).

Assunzioni

10 - L'accesso alla professione di giornalista del servizio pubblico radiotelevisivo avviene, nei limiti e secondo le modalità delle delibere del consiglio d'amministrazione, attraverso selezioni per la copertura fino al 50% dei posti disponibili da turnover, selezioni da bandire di massima l'anno precedente quello del previsto esaurimento della selezione

pregressa; per la restante parte si terrà conto, sempre in conformità a quanto stabilito dal consiglio d'amministrazione, dei professionisti disoccupati e dei giornalisti che abbiano già prestato la propria attività, con contratti temporanei, per la RAI, oltre che di professionisti da assumere per chiamata diretta.

Aggiornamento professionale

11 - Il giornalista dopo l'assunzione o anche immediatamente prima deve essere messo in grado di conoscere lo specifico radiotelevisivo attraverso la frequenza ad appositi corsi di formazione professionale di durata idonea agli obiettivi da raggiungere e, comunque, di almeno 3 mesi;

12 - l'aggiornamento professionale è un diritto che si estende a tutti i giornalisti. Azienda e sindacato si incontreranno semestralmente per definire l'indirizzo dei programmi dei corsi di approfondimento con particolare riferimento all'apprendimento delle lingue, alla conoscenza tecnologica, all'approfondimento dei rispettivi settori di specializzazione.

Motivi di contrasto

13 - Nel caso di cambiamento di direzione o di mutata linea politico-editoriale della testata, il giornalista può chiedere l'assegnazione ad altra testata che sarà accolta sempre che sussistano le disponibilità di organico e vi sia esplicita richiesta del direttore.

Modifiche e riutilizzazione dei servizi

14 - E' riaffermato il diritto insopprimibile del giornalista a non vedere la propria firma, o immagine, a servizi, o notizie, nei cui confronti abbia espresso motivato dissenso.

Il giornalista ha inoltre il diritto di ritirare, oltre che la firma, la voce e l'immagine dai propri servizi registrati che vengano modificati senza il suo assenso. L'utilizzazione, al di fuori dei programmi antologici, dei servizi per programmi e testate diverse da quelle di appartenenza deve avvenire rispettando il contenuto del servizio stesso e previa richiesta di autorizzazione all'autore che dovrà in ogni caso essere indicato come tale.

Titolarità dell'informazione

15 - I giornalisti titolari di rubriche, o conduttori di spazi informativi, eviteranno di ricorrere a collaborazioni esterne o ad appalti per servizi per i quali esistono competenze specifiche e disponibilità nelle redazioni. Il ruolo del collaboratore non deve sovrapporsi ma integrare il ruolo della redazione.

Incompatibilità

16 - Il giornalista, fermo restando quanto previsto dall'art. 8 Cnlg, dovrà svolgere la sua professione in modo tale che non possa, per qualsiasi causa, comportare sovrapposizioni con eventuali attività esterne che condizionino il lavoro redazionale.

Di tale dovere è responsabile il direttore di testata che dovrà essere informato dal giornalista; il direttore di testata, a sua volta, ne darà opportuna informazione alla direzione generale.

La mancata comunicazione nello svolgimento di attività esterne che comportino sovrapposizioni con il lavoro redazionale determinerà l'applicazione di sanzioni disciplinari commisurate alla gravità del fatto, oltre che l'applicazione dei provvedimenti eventualmente necessari per superare situazioni di incompatibilità professionali.

Eventuali responsabilità del direttore di testata nell'assegnazione di attività in contrasto con quanto sopra precisato saranno valutate dalla direzione generale.

La commissione paritetica verificherà nei dettagli la specifica delle incompatibilità che riguardano, comunque, attività in uffici stampa, agenzie di pubblicità, uffici di consulenza e relazioni pubbliche, nonché incarichi che comportino i richiamati rischi di sovrapposizioni, tali da ledere il principio di un'informazione obiettiva e completa della RAI;

17 - È fatto divieto per il giornalista di comparire in trasmissioni televisive di aziende concorrenti, salvo espressa deroga della direzione generale (vedi istruzioni di servizio n. 77 del 6.10.1976), fatto salvo l'inviolabile diritto costituzionale alla libera manifestazione del pensiero.

Informazione e pubblicità

18 - All'interno di programmi infor-

mativi, nessuna forma di pubblicità o di sponsorizzazione può essere affidata a giornalisti; sponsorizzazioni e pubblicità devono essere chiaramente distinti dall'informazione anche mediante sigle o segnali audio; non sono ammesse interruzioni pubblicitarie all'interno dei notiziari televisivi e radiofonici.

Regali e donazioni

19 - I giornalisti del servizio pubblico non accetteranno, né direttamente né indirettamente, pagamenti, rimborsi spese, prestiti gratuiti da società o privati, inviti a viaggi, trasferte e vacanze gratuite da società, enti o privati, che possano condizionare l'attività redazionale.

In particolare, per quanto riguarda i viaggi all'estero, organizzati da società o enti con motivazioni variamente promozionali e informative, resta insindacabile prerogativa del direttore di testata autorizzare la partecipazione dei giornalisti.

Tutela dei soggetti deboli

20 - I giornalisti del servizio pubblico, attenti al mutare di sensibilità e culture diffuse, nel quadro di una informazione che privilegi nella cronaca i fatti o situazioni di oggettivo rilievo sociale, si impegnano a garantire l'anonimato più assoluto (nome e immagine) per i minori di 18 anni coinvolti in casi di cronaca. I giornalisti della RAI ritengono centrale il rispetto dei diritti delle persone, anche di quelle detenute. In ogni caso è doveroso rispettare, sempre e comunque, la presunzio-

ne di innocenza per quanti sono coinvolti in casi giudiziari.

L'assoluzione di un imputato va data con lo stesso risalto che ha avuto l'avvenimento all'atto dell'incriminazione o di una recente condanna. I giornalisti della RAI si astengono dal diffondere nomi e immagini dei condannati a pene lievissime, salvo nei casi che abbiano particolare rilevanza sociale o coinvolgano personaggi pubblici. Saranno evitate altresì menzioni superflue sulla razza, l'origine e la religione.

Rettifica

21 - L'applicazione piena e sollecita del diritto di rettifica è un dovere che incombe direttamente a ciascun giornalista o struttura giornalistica, anche in assenza di specifica richiesta.

Pari opportunità

22 - In attuazione della raccomandazione CEE del 13 dicembre 1984 n. 365 e delle disposizioni legislative in tema di parità uomo-donna, sarà realizzata attività di studio e di ricerca finalizzate alla promozione di azioni positive a favore del personale femminile con qualifica giornalistica.

Si costituirà pertanto un gruppo di lavoro paritetico composto di 6 membri che dovrà:

a) esaminare, come osservatorio permanente, l'andamento dell'occupazione femminile giornalistica in RAI sulla base dei dati qualitativi e quantitativi che saranno forniti dall'azienda;

b) promuovere azioni positive al fine di individuare e rimuovere tutti quegli ostacoli che oggi impediscono la pari opportunità e la valorizzazione del lavoro giornalistico delle donne.

Si istituisce, infine, la figura di «consigliere di parità».

Organo di garanzia

23 - La commissione paritetica, di cui al 3° comma dell'art. 18 dell'accordo integrativo al CNLG, ha il compito di esaminare le questioni connesse all'applicazione della normativa contrattuale, nazionale ed aziendale, ed interessanti tutti i giornalisti della RAI anche se inquadrati in settori non giornalistici;

- la procedura per la definizione delle vertenze è quella prevista dall'accordo 10.2.1989 che si allega come parte integrante della presente «Carta»;

- la commissione paritetica istituirà un registro dei casi di utilizzazioni temporanee ripetute di giornalisti professionisti e delle richieste di trasferimento da valutare in occasione della copertura di posti resisi disponibili;

- la commissione paritetica vigilerà sulla corretta applicazione della presente «Carta». Eventuali provvedimenti saranno assunti dopo le valutazioni espresse in paritetica.

Protocollo aggiuntivo

Disciplina dello sciopero

In attuazione del secondo comma dell'art. 2 della legge 12.6.1990 n. 146, si conviene che in caso di scio-

pero generale della categoria, da comunicare con preavviso di almeno 10 giorni, sarà garantita agli utenti l'informazione essenziale con le seguenti modalità:

a) notiziari nazionali radiofonici: un notiziario mattutino della durata di 5 minuti da trasmettere a reti unificate.

Il notiziario sarà curato, a turno, dal Cdr di una testata radiofonica sotto la responsabilità del direttore della stessa testata e andrà in onda nell'orario di maggior ascolto;

b) notiziari nazionali televisivi: un notiziario serale della durata di 5 minuti da trasmettere a reti unificate.

Il notiziario sarà curato, a turno, dal Cdr di una testata televisiva sotto la responsabilità del direttore della stessa testata e andrà in onda nell'orario di maggior ascolto.

In ogni caso, sarà assicurato il presidio dei Cdr in tutte le redazioni.

E. Arnoldo Mondadori Editore (1990)

I giornalisti della Arnoldo Mondadori Editore di fronte all'ulteriore mutamento proprietario sentono la necessità di riconfermare i fondamentali della loro professione. Indipendenza, autonomia, libertà dai condizionamenti politici ed economici rischiano di essere compromesse da una concentrazione esasperata dei gruppi editoriali, che non trova argine in una adeguata legge antitrust.

Questa Carta si propone di tutelare il diritto dei giornalisti a informare

correttamente l'opinione pubblica nel solco delle migliori tradizioni della Mondadori, e ribadisce il principio della rigorosa separazione tra interessi della proprietà, gestione della pubblicità e lavoro giornalistico.

1) I giornali sono il risultato dell'impegno comune di tutti coloro che Vi partecipano.

Per garantire anche la funzionalità e la responsabilizzazione delle redazioni, fermo restando quanto disposto dagli artt. 6 e 34 del C.N.L.G., il lavoro deve essere improntato alla massima trasparenza e lealtà.

Il direttore, al momento dell'insediamento, presenta alla redazione anche per iscritto il programma, che contiene: linea politico editoriale, caratteristiche della testata e politiche della pubblicità in sintonia con gli orientamenti dell'azienda.

Il direttore inoltre espone i criteri di organizzazione del lavoro e definisce gli organici. Se per ragioni contingenti non sarà in grado di farlo all'atto dell'insediamento, ne farà oggetto di successiva comunicazione.

Qualora, nel tempo, il direttore ritenesse di dover modificare sostanzialmente quel programma, dovrà darne preventiva comunicazione alla redazione costituendo, di fatto, una situazione analoga a quella dell'insediamento.

L'impegno relativo alle modifiche di programma vale anche per i direttori già in carica alla stipula del presente accordo.

L'azienda invita i direttori a far propria la prassi di incontri periodici

con la redazione per renderla partecipe della elaborazione del giornale. Il direttore fornisce una volta al mese i dati di vendita e di diffusione della testata e dedica una riunione annuale per fare il consuntivo del lavoro svolto e il punto della situazione.

Si proseguirà nella prassi degli incontri annuali tra redazioni e azienda sugli andamenti economici e le prospettive di ogni testata.

2) A conferma della politica di distinzione tra messaggi pubblicitari e informazione, già prevista dal C.N.L.G. e dal contratto integrativo aziendale del 2/12/1988, i «redazionali» si ritengono non consoni alla tradizionale linea di trasparenza della Mondadori.

Nel proprio ambito, sempre al fine di garantire la netta distinzione tra testi pubblicitari e testi redazionali e tendere al miglioramento della qualità delle proprie testate, l'azienda opera affinché il rapporto testi/pubblicità sia a vantaggio dei primi rispetto alla seconda, evitando l'eccessivo affollamento di quest'ultima (massimo 51 e 49 per cento, salvo occasioni speciali riscontrabili in misura tale da non alterare, nel tempo, l'indirizzo previsto). I «pubblicitari» saranno contenuti a livelli marginali e assolutamente eccezionali.

Si ribadisce la piena validità di quanto concordato con il C.d.R. dell'A.M.E. al punto 1) Pubblicità, dell'accordo integrativo aziendale del 2.12.1988. In riferimento a tale accordo azienda e C.d.R. s'impegnano affinché la materia sia affrontata

«tra le parti interessate nelle sedi adeguate e competenti». Per parte sua la Mondadori promuove subito, nell'ambito della FIEG, un'iniziativa in tal senso, il cui obiettivo sia la ricerca di criteri applicativi più chiari e più generalmente estensibili del dettato dell'art. 44.

3) In caso di tagli, integrazioni o modifiche sostanziali i giornalisti abilitati a intervenire sui testi e foto di altri colleghi conserveranno documentazione o testimonianza dell'avvenuta ricerca dell'autore dell'articolo, servizio, etc., prima del suo invio alla stampa.

Naturalmente, si conferma quanto previsto in questi casi dall'art. 9 del C.N.L.G..

Nel caso in cui non fosse accolta la richiesta del giornalista a collaborare ad altre testate esterne alla Casa Editrice, l'azienda dà risposta scritta in base a quanto previsto dall'art. 11 dell'accordo integrativo aziendale del 2.12.88.

4) L'Arnoldo Mondadori Editore non intende acquisire per le proprie testate, in maniera sistematica e significativa, materiale giornalistico di altre testate, televisioni e radio del gruppo o di gruppi collegati secondo criteri assimilabili alle situazioni previste dall'art. 43 del C.N.L.G..

L'Azienda continuerà a distribuire un modulo secondo quanto previsto dall'art. 10 dell'accordo integrativo 1988 per le vendite effettuate dalla Mondadori Press o in qualsiasi altra maniera.

Il giornalista si riserva di consentire, volta per volta, la cessione, consa-

pevole che in caso di un suo mancato reperimento in tempi utili in base alla richiesta, cadrà l'opportunità di cessione.

5) La direzione aziendale si impegna a proporre gli organismi statutari deliberanti - qualora decidessero futuri e adeguati aumenti del capitale azionario aperti ai dipendenti - di riservare parte delle nuove emissioni di azioni ai giornalisti dell'A.M.E. secondo le modalità stabilite dagli organismi pubblicitari competenti.

6) Nell'Arnoldo Mondadori Editore è consolidata una prassi di individuazione di soluzioni consensuali a fronte di difficoltà intervenute nel corso del rapporto di lavoro per motivi personali e professionali.

In tale contesto la stessa pubblicità sarà estesa ai casi che dovessero presentarsi per comprovate, sopraggiunte difficoltà personali di prosecuzione del rapporto di lavoro per vari motivi non predeterminabili in questa sede.

Tali casi di «incompatibilità» andranno segnalati dal giornalista che ritenesse di esserne soggetto, entro quattro mesi dall'insorgere delle circostanze che li hanno provocati.

La presente disponibilità è rivolta a risolvere situazioni che esulano dalla fattispecie prevista dall'art. 32 del C.N.L.G., di cui quindi si esclude la cumulabilità con la presente intesa.

Pertanto il giornalista a cui fosse riconosciuta un'erogazione aggiuntiva alle sue spettanze di fine rapporto (TFR), in base al presente accordo rinuncerà esplicitamente a richiedere l'applicazione nei suoi confronti

di quanto previsto dall'art. 32 del C.N.L.G..

7) In appositi incontri annuali l'azienda fornisce al C.d.R. i dati di sintesi sulle retribuzioni dei giornalisti, articolati per qualifica e nelle loro componenti più significative: collettive e discrezionali.

NOTA A VERBALE

A conclusione della vertenza aziendale sulla «Carta dei diritti dei giornalisti Ame e società collegate», il CdR affida alla FNSI la questione del parere vincolante sul programma del nuovo direttore all'atto del suo insediamento. Nell'assemblea nazionale del CdR di Roma e, successivamente, nel congresso dell'Usigrai a Rimini, il segretario della FNSI Giuliana del Bufalo aveva individuato in questo punto il tema centrale del nuovo contratto nazionale di lavoro.

F. Il caso Videonews - Fininvest (1990)

1. Regolamento disciplinare

Richiamato l'art. 7 dello «Statuto dei lavoratori» (legge 20 Maggio 1970 n. 300) ed il Contratto Nazionale di Lavoro Giornalistico si rende noto che le infrazioni dei dipendenti alle norme di legge, al contratto di lavoro e relative disposizioni regolatrici, daranno luogo - secondo la gravità della mancanza - ai seguenti provvedimenti disciplinari:

1) biasimo inflitto verbalmente per le mancanze più lievi;

2) biasimo inflitto per iscritto;

3) multa in misura non eccedente l'importo di 4 ore di retribuzione;

4) sospensione dalla retribuzione e dal servizio per un massimo di giorni 5;

5) licenziamento disciplinare, con altre conseguenze di ragione e di legge.

Doveri generali

Nell'ambito dell'espletamento delle proprie mansioni il dipendente dovrà tenere un contegno consono alla dignità della sua funzione e particolarmente:

a) svolgere la propria attività con la diligenza richiesta dalla natura della prestazione;

b) prestare la propria attività nel rispetto delle direttive politiche e tecnico-professionali stabilite dal Direttore.

Osservare le disposizioni per l'esecuzione e la disciplina del lavoro impartitegli dal Direttore e dai collaboratori di quest'ultimo dai quali dipende gerarchicamente;

c) non violare eventuali vincoli di esclusiva e comunque non agire, per proprio conto o di terzi, in concorrenza con l'editore; non divulgare notizie attinenti alla organizzazione ed ai metodi di produzione dell'azienda; non farne uso in modo da poter recare ad essa pregiudizio; non asportare disegni, bozze, cassette, campionature, scritti, documenti, e quant'altro;

d) rispettare l'orario di lavoro ed adempiere alle formalità prescritte per il controllo della presenza; comunicare tempestivamente (e comprovare con certificazione medica)

le assenze per malattia; segnalare, altresì, alla Segretaria di Redazione tutte le assenze per motivi di servizio, recuperi, permessi;

e) aver cura degli oggetti, beni e strumenti affidati;

f) in caso di viaggio o trasferta osservare, per l'utilizzo dei mezzi di trasporto e per i soggiorni, le procedure emanate dall'azienda;

g) rispettare comunque le normative di legge, del contratto individuale e della contrattazione collettiva e/o aziendale.

Biasimo verbale e scritto, multa, sospensione

Fermo restando che «il biasimo verbale» ed il «biasimo scritto» verranno comminati nella ipotesi di lievissime infrazioni, si precisa che incorrerà nel provvedimento della «multa» e della «sospensione» il lavoratore:

a) che, senza giustificato motivo, abbandoni il proprio posto di lavoro o comunque non presti la propria attività nel luogo ove è comandato;

b) che, sempre in riferimento al lavoro, sospenda o ne anticipi la cessazione senza preavvertire il superiore diretto e senza giustificato motivo;

c) che esegua con negligenza il lavoro affidatogli;

d) che per disattenzione procuri guasti non gravi o sperpero non grave di materiale dell'azienda; che non avverta subito i superiori diretti di eventuali irregolarità nell'andamento del lavoro;

e) che effettui irregolare uso od alterazione dei sistemi aziendali di controllo e di presenza;

f) che in qualunque modo trasgredisca alle norme del contratto collettivo, dei regolamenti interni o che commetta mancanze recanti pregiudizio alla disciplina;

g) che compia lieve insubordinazione nei confronti dei superiori.

La multa verrà applicata per le mancanze di minor rilievo, la sospensione per quelle di maggior rilievo od in caso di recidiva.

In particolare, nel caso di ritardo a presentarsi sul posto di lavoro, potrà essere comminata una multa pari all'ammontare delle spettanze corrispondenti al ritardo.

Persistendo il lavoratore nei ritardi, potranno essere adottati provvedimenti disciplinari più severi e, dopo formale diffida per iscritto, anche quello della risoluzione del rapporto di lavoro senza preavviso.

Licenziamento per mancanze

La misura in esame (licenziamento in tronco) si applica alle mancanze più gravi per ragioni di moralità e di infedeltà verso l'azienda in armonia con le norme di cui all'art. 2105 Codice Civile, e cioè l'abuso di fiducia, la concorrenza, la violazione del segreto d'ufficio nonché nel caso di assenza ingiustificata oltre tre giorni consecutivi o in caso di recidiva (sempre per assenza) oltre la terza volta nell'anno solare. La stessa misura disciplinare potrà essere applicata in caso di violazione dell'eventuale esclusiva, o di assunzione di altri incarichi in violazione dell'art. 8 della contrattazione collettiva.

Sempre la misura in esame potrà essere applicata nel caso di violazione

dei doveri del segreto d'ufficio; del dovere di usare modi cortesi e di tenere una condotta conforme ai civici doveri; ed ancora nel caso di violazione del dovere di conservare diligentemente i beni ed i materiali di pertinenza dell'azienda.

In via esemplificativa ricadono altresì sotto questo provvedimento, le seguenti infrazioni.

- a) furto o danneggiamento volontario al materiale od ai beni dell'azienda; ovvero utilizzo di mezzi o materiali dell'azienda per necessità personali o di terzi (al di fuori di esigenze di servizio);
- b) trafugamento di modelli, articoli, cassette, disegni o riproduzioni degli stessi;
- c) insubordinazione verso i superiori;
- d) diverbio litigioso seguito da vie di fatto avvenuto sul luogo ove si svolge il lavoro e che rechi perturbamento alla vita aziendale;
- e) gravi guasti o perdite provocate, per negligenza, al materiale, ai beni ed alle attrezzature dell'azienda;
- f) trascuratezza nell'adempimento degli obblighi contrattuali o di regolamento interno, quando siano già stati comminati i provvedimenti disciplinari di cui al paragrafo precedente;
- g) stato di manifesta ubriachezza durante l'orario di lavoro;
- h) presentazione di richieste di rimborsi spese non sussistenti e/o comunque non inerenti (e dovuti) alla prestazione dell'attività lavorativa in favore dell'azienda.

La predetta elencazione non esclude quegli altri comportamenti o fatti che, per la loro gravità, configurano

giusta causa o giustificato motivo di licenziamento.

Procedura per provvedimenti disciplinari.

Ai sensi dell'art. 7 della legge 20.5.70 n. 300, i provvedimenti disciplinari non possono essere adottati nei confronti del lavoratore senza avergli preventivamente contestato l'addebito e senza averlo sentito a sua difesa.

In ogni caso i provvedimenti disciplinari, ad eccezione del biasimo verbale, non possono essere applicati prima che siano trascorsi 5 giorni dalla contestazione per riscritto del fatto che ne ha dato causa.

Il lavoratore colpito da provvedimento disciplinare e che intenda impugnare la legittimità del provvedimento stesso può avvalersi delle procedure di conciliazione di cui all'art. 7 Legge 300/70.

2. Lettera del Comitato di redazione

Spett.le
Associazione Lombarda
dei Giornalisti
Viale Montesanto 7
20124 Milano

e, p.c.:
Spett.le Videonews Sp.a.

Milano, 21-9-1990

In qualità di componenti del Comitato di Redazione Videonews, desideriamo segnalare all'Associazione Lombarda dei Giornalisti un'iniziati-

va dell'Azienda che, a nostro parere, è quantomeno discutibile, se non illegittima.

In data 31-7-90, nelle redazioni di Milano e Roma della società, è stato esposto il regolamento disciplinare che alleghiamo in copia.

Da una prima valutazione compiuta insieme ai legali dell'Associazione Lombarda, sono emerse le seguenti osservazioni:

se in linea di principio la parte intitolata «Doveri Generali» (pag. 1) è di fatto pleonastica, riferendosi ai normali doveri del lavoratore verso il datore di lavoro, il pretendere di introdurre per i giornalisti, forse per la prima volta nella storia, sanzioni disciplinari quali il *biasimo verbale* e scritto, la *multa* e la *sospensione dal lavoro*, non trova legittimazione in alcuna norma di legge o di contratto.

L'articolo 7 L. 20/5/70 n. 300, che regola la materia, dispone infatti che le sanzioni disciplinari suscettibili di essere esposte ed applicate debbano essere soltanto quelle stabilite «*da accordi e contratti di lavoro, ove esistano*».

La legge opera dunque un inderogabile rinvio alla contrattazione collettiva o ad ipotetici accordi aziendali: è chiaro che non si possono introdurre ed applicare unilateralmente sanzioni disciplinari se esse giuridicamente non esistono perché non sono state oggetto di contrattazione.

Nel nostro caso è persino superfluo ricordare che *nel CNLG non esiste la*

previsione di sanzioni disciplinari salvo quella estrema del licenziamento in tronco per le mancanze più gravi; tanto meno sono stati da noi sottoscritti accordi specifici con l'azienda.

Queste osservazioni ci inducono a ritenere nullo il suddetto regolamento, in particolare per quanto riguarda le sanzioni del biasimo verbale e scritto, della multa e della sospensione dal lavoro, ma serie perplessità desta anche il tentativo di autolegittimare il licenziamento sulla base di mancanze che vengono elencate alle pagine 3 e 4 che non necessariamente costituiscono, secondo l'elaborazione giurisprudenziale, una giusta causa di risoluzione del rapporto (la nullità assoluta dell'esempio sub. f) a pag. 4 è comunque fuori discussione).

Non intendendo avallare con il nostro silenzio il contenuto del suddetto regolamento chiediamo ufficialmente l'intervento urgente dell'Associazione Lombarda dei Giornalisti affinché ne accerti la legittimità.

Saluti cordiali,

Il Comitato di Redazione Videonews

3. LA CARTA DI TREVISO

FNSI e Ordine dei Giornalisti, al termine del convegno nazionale di studi organizzato a Treviso in collaborazione con «Telefono Azzurro» sul tema: «Da bambino a notizia; i giornalisti per una cultura dell'infanzia» propongono la seguente Carta d'intenti:

I giornalisti italiani nella convinzione che l'informazione debba ispirarsi e rispettare i principi e i valori su cui si radica la nostra Carta costituzionale ed in particolare:

- il riconoscimento che valore supremo dell'esperienza statuale e comunitaria è la persona umana con i suoi inviolabili diritti che devono essere non solo garantiti ma anche sviluppati, aiutando ogni essere umano a superare quelle condizioni negative che impediscono di fatto il pieno esplicarsi della propria personalità;

- l'impegno di tutta la Repubblica, nelle sue varie articolazioni istituzionali e comunitarie, di proteggere l'infanzia e la gioventù per attuare il diritto alla educazione ed una adeguata crescita umana nonché i principi ribaditi nella Convenzione ONU del 1989 sui diritti del bambino e in particolare:

- che il bambino deve crescere in un'atmosfera di comprensione e che «per le sue necessità di sviluppo fisico e mentale ha bisogno di particolari cure e assistenza»;

- che in tutte le azioni riguardanti i bambini deve costituire oggetto di primaria considerazione «il maggio-

re interesse del bambino» e che perciò tutti gli altri interessi devono essere a questo sacrificati;

- che nessun bambino dovrà essere sottoposto a interferenze arbitrarie o illegali nella sua «privacy» né ad illeciti attentati al suo onore e alla sua reputazione;

- che lo Stato deve incoraggiare lo sviluppo di appropriati codici di condotta affinché il bambino sia protetto da informazioni e materiali dannosi al suo benessere;

- che gli Stati devono prendere appropriate misure legislative, amministrative, sociali ed educative per proteggere i bambini da qualsiasi forma di violenza, danno, abuso anche mentale, sfruttamento

consapevoli che il fondamentale diritto all'informazione può trovare dei limiti quando venga in conflitto con diritti fondamentali delle persone meritevoli di una tutela privilegiata e che, fermo restando il diritto di cronaca in ordine ai fatti, va ricercato un bilanciamento con il diritto del minore, in qualsiasi modo protagonista della cronaca, ad una specifica tutela, richiamano le specifiche normative previste dal Codice di procedura penale e dal Codice di procedura penale per i minori. Quest'ultimo, all'articolo 13 prescrive il «*divieto di pubblicare e divulgare con qualsiasi mezzo notizie o immagini idonee a identificare il minore comunque coinvolto nel reato*». Il nuovo Codice di procedura penale, all'articolo 114, comma 6, vieta «*la pubblicazione delle genera-*

lità e dell'immagine di minori testimoni, persone offese e danneggiate...

Sulla base di queste premesse e delle norme deontologiche contenute nell'art. 2 della legge istitutiva dell'Ordine professionale dei giornalisti, ai fini di sviluppare un'informazione sui minori più funzionale alla crescita di una cultura dell'infanzia e dell'adolescenza nel nostro Paese; la FNSI e l'Ordine nazionale dei giornalisti sottoscrivono, in collaborazione con «Telefono Azzurro», il seguente protocollo d'intesa:

a) il rispetto per la persona del minore, sia come soggetto agente, sia come vittima di un reato, richiede il mantenimento dell'anonimato nei suoi confronti, il che implica la rinuncia a pubblicare elementi che anche indirettamente possano comunque portare alla sua identificazione

b) la tutela della personalità del minore si estende anche - tenuta in prudente considerazione la qualità della notizia e delle sue componenti - a fatti che non siano specificamente reati (suicidio di minori, questioni relative ad adozione e affidamento, figli di genitori carcerati, etc.) in modo che sia tutelata la specificità del minore come persona in divenire, prevalendo su tutto il suo interesse ad un regolare processo di maturazione che potrebbe essere profondamente disturbato o deviato da spettacolarizzazioni del suo caso di vita, da clamorosi protagonismi o da fittizie identificazioni

c) particolare attenzione andrà po-

sta per evitare possibili strumentalizzazioni da parte degli adulti portati a rappresentare e a far prevalere esclusivamente il proprio interesse

d) per i casi ove manchi una univoca disciplina giuridica, i mezzi di informazione devono farsi carico della responsabilità di valutare se quanto vanno proponendo sia davvero nell'interesse del minore

e) se, nell'interesse del minore - esempi possibili i casi di rapimento e di bambini scomparsi - si ritiene opportuno la pubblicazione di dati personali e la divulgazione di immagini, andrà comunque verificato il preventivo assenso dei genitori e del giudice competente.

Ordine dei giornalisti e FNSI raccomandano ai direttori e a tutti i redattori l'opportunità di aprire con i lettori un dialogo capace di andare al di là della semplice informazione; sottolineano l'opportunità che in casi di soggetti deboli l'informazione sia il più possibile approfondita con un controllo incrociato delle fonti, con l'apporto di esperti, privilegiando, ove possibile, servizi firmati e in ogni caso in modo da assicurare un approccio al problema dell'infanzia che non si limiti all'eccezionalità dei casi che fanno clamore, ma che approfondisca - con inchieste, speciali, dibattiti - la condizione del minore, e le sue difficoltà, nella quotidianità.

4. SULLA FORMAZIONE

A. Relazione della Commissione ministeriale per il corso di laurea in scienze della comunicazione (stralci)

La Commissione nazionale per il corso di laurea in Scienza della comunicazione, nominata con decreto del Ministero della Università e della Ricerca scientifica e tecnologica in data 5 aprile 1990 presieduta dal Ministero e composta da:

prof. Pietro Rossi (Università di Torino) - Vice-presidente, prof. Sebastiano Bagnara (Università di Siena), prof. Giovanni Bechelloni (Università di Firenze), prof. Umberto Eco (Università di Bologna), prof. Gianni Fabri (Italtel - Milano), dott. Giuseppe Morello (Camera dei deputati, Servizio Stampa - Roma), prof. Adriano Pennacini (Università di Torino), dott. Stefano Rolando (Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per l'Informazione e l'editoria - Roma), prof. Giovanni Statera (Università di Roma «La Sapienza»), prof. Aldo Trione (Università di Salerno),

nonchè da: prof. Francesca Cantù (Università di Roma «La Sapienza»), prof. Mario Morcellini (Università di Roma «La Sapienza»), prof. Gianni Puglisi (Università di Palermo), in rappresentanza del Consiglio Universitario Nazionale, dott. Gianni

Faustini (Roma) in rappresentanza dell'Ordine dei giornalisti;

e successivamente integrata - con decreto in data 20 giugno '90 - dal prof. Roberto Moro (Università di Milano) in rappresentanza della Confindustria;

è stata insediata dal Ministro-Presidente il giorno 7 maggio 1990, presso il Ministero dell'Università e della Ricerca scientifica e tecnologica, e si è quindi nuovamente riunita l'1 giugno 1990 a Roma, nella medesima sede, il 20-21 luglio 1990 a Venezia, presso la Fondazione Giorgio Cini (questa riunione è stata organizzata in collaborazione con il Dipartimento per l'Informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri), il 2 novembre e il 3-4 dicembre 1990, il 14-15 e il 30-31 gennaio 1991, il 4 marzo 1991 a Roma, sempre presso il Ministero, concludendo i propri lavori con l'approvazione della presente relazione.

1. Premessa

La Commissione ha proceduto, in via preliminare, a una raccolta di documenti concernenti: a) le proposte avanzate dalle università di Sa-

lerno, Siena e Torino, presso le quali il piano quadriennale 1986-90 ha disposto l'istituzione del corso di laurea in Scienza della comunicazione; b) le analoghe proposte formulate da altre sedi universitarie; c) l'ordinamento delle attuali scuole di specializzazione nel settore della comunicazione e le proposte di nuove scuole; d) i corsi e i «curricula» di scienza/e della comunicazione esistenti in università straniere sia europee che americane; e) i dati fondamentali relativi al mercato dei «media» in Italia; f) l'ordinamento e il progetto di riforma della professione giornalistica.

Sulla scorta di questi documenti la Commissione ha affrontato il problema della determinazione della struttura e del contenuto del corso di laurea, nonché degli eventuali corsi di diploma ad esso collegati o riconducibili.

La prima considerazione che si è imposta alla sua attenzione riguardava l'eterogeneità dei progetti presentati, a partire da quelli delle tre sedi universitarie più direttamente interessate.

Infatti, mentre le proposte di Siena e di Torino hanno configurato il corso di laurea su base quadriennale, quella di Salerno ne prevede una durata quinquennale; inoltre, mentre la proposta di Siena è impostata sulla base di un semplice elenco di insegnamenti fondamentali e complementari, senza un'articolazione verticale e senza una specificazione di indirizzi, quella di Torino prevede un biennio propedeutico comune e, dopo di questo, cinque indirizzi (scrittura tecnica, intelligenza

artificiale, comunicazione sociale e pubblicità, editoria, bibliotecomia), e quella di Salerno prevede un triennio comune e un biennio di specializzazione articolato in tre indirizzi (teorico-tecnologico, aziendale e giornalistico).

Ancora differenti sono le soluzioni adottate in altri progetti, come quelli delle facoltà di Magistero di Genova e di Roma «La Sapienza» o della facoltà di Scienze M.F.N. di Milano. In quanto all'elenco degli insegnamenti, le indicazioni che si potevano ricavare dalle varie proposte sono risultate piuttosto disperse, e anche inevitabilmente condizionate - come era, del resto, da attendersi - dalla specifica situazione delle singole sedi e dalla presenza, in ognuna di esse, di settori disciplinari «forti». Per questi motivi la Commissione, raccogliendo il suggerimento dato dal Ministro all'atto dell'insediamento, ha ritenuto di dover muovere - pur tenendo sempre presenti le varie proposte formulate - da una ricognizione dei profili professionali oggi presenti (o anche solo emergenti) nel settore della comunicazione e da uno sforzo di individuazione dei contenuti formativi che essi sembrano richiedere.

Pure questo approccio ha comportato difficoltà rilevanti. Mentre in altri ambiti è agevole incontrare figure professionali ben determinate, e quindi anche stabilire con sufficiente approssimazione il bagaglio di competenze ad esse necessario, l'universo della comunicazione si presenta - e non soltanto, nel nostro paese - caratterizzato da un alto grado di mobilità, e soprattutto dal-

la nascita continua di figure nuove, dai contorni sovente tuttora vaghi, destinate a sostituirne altre più tradizionali e a trasformarsi, a loro volta, rapidamente, con il mutare dei mezzi tecnici di cui la comunicazione si avvale. Ciò è vero anche per settori più consolidati come quello giornalistico, dove è in atto da decenni un processo di trasformazione tecnologica che si accompagna a un più stretto interscambio tra il giornalismo «della carta stampata» e quello radio-televisivo. Altri profili, oggi soltanto ipotizzabili, sono poi destinati a sorgere o a strutturarsi nel prossimo futuro, cioè nell'arco di tempo nel quale il nuovo corso di laurea fornirà il proprio prodotto. Ma, per limitarci all'oggi, a fianco dell'area giornalistica (comprensiva di quotidiani, periodici, radio-televisione, audiovisivi) è possibile riconoscere la presenza o l'emergere di molti altri: un profilo manageriale, rispondente alle esigenze di gestione delle imprese pubbliche e private operanti nel settore della comunicazione; un profilo editoriale connesso alle esigenze della produzione e del mercato dei libri; un profilo collegato ai bisogni della comunicazione d'impresa, sia interna all'impresa che rivolta verso l'esterno e destinato a soppiantare probabilmente la figura dell'addetto alle «pubbliche relazioni»; un profilo di manager culturale, destinato alla gestione dei rapporti tra mondo economico e istituzioni culturali e, in particolare, delle sponsorizzazioni; un profilo rispondente alle esigenze di una informazione di pubblica utilità, cioè alla necessità di realizzare

in forme concrete il diritto all'informazione, proprio di una società democratica, e di far conoscere al pubblico le modalità dei servizi erogati dallo Stato, dalle regioni e dagli altri enti pubblici territoriali; e via dicendo. Altri profili professionali si collocano ai margini del settore della comunicazione, e sembrano rientrare piuttosto nell'ambito di competenza di altri corsi di laurea, così da far ritenere opportuno evitare inutili sovrapposizioni. In altri campi, invece, l'ipotesi di nuove figure professionali non appare suffragata da prove convincenti: tale è il caso del cosiddetto «comunicatore interculturale», che non sembra tener conto della necessità di una conoscenza approfondita della cultura con la quale si intende comunicare (e delle lingue relative), risolvendo il fenomeno dei rapporti tra culture diverse in un contatto superficiale.

Da questo quadro così variegato e in continuo movimento - di cui occorre anzi prevedere un'ulteriore, larga trasformazione nei prossimi decenni - si possono però trarre alcune conseguenze, sulle quali la Commissione ha concordato. La prima riguarda la necessità di concedere ampio spazio alla formazione di base, evitando una professionalizzazione precoce, fatalmente destinata all'obsolescenza in un periodo più o meno breve. La seconda concerne la necessità di mirare non tanto ad una formazione «finita», riferita di volta in volta a ognuno dei profili professionali oggi individuabili, quanto ad una formazione valida per un'area alla quale facciano capo figure diverse, e anche nuove

figure che oggi si possono soltanto ipotizzare. La terza, infine, riguarda l'esigenza di far posto, nel nuovo corso di laurea, a una preparazione approfondita sia di carattere tecnologico sia linguistica. E' vero che il nuovo corso di laurea non è destinato a formare «esperti» di tecnologia, che continueranno ad essere forniti soprattutto dal corso di laurea in Scienze dell'informazione o da quello di Ingegneria; ma da esso dovranno uscire laureati in grado di seguire lo sviluppo tecnologico nel settore della comunicazione, di trasferire le tecnologie di uno specifico ambito professionale e di controllarne l'impiego, compiendo le scelte indispensabili a tale scopo. Sul versante linguistico, poi, è facile prevedere che questi laureati si troveranno a operare in un mondo sempre più internazionalizzato nel quale la lingua di uso comune sarà l'inglese, e quindi dovranno possederne una conoscenza sicura.

Quest'ordine di considerazioni ha spinto la Commissione a prendere in esame le principali esperienze straniere di formazione universitaria nel settore della comunicazione. Tuttavia il lavoro di analisi intrapreso a tal fine si è rivelato, tutto sommato, scarsamente utile, data l'eterogeneità dei sistemi universitari entro cui quelle esperienze s'inscrivono. I «curricula» delle Università degli Stati Uniti forniscono ampi elenchi non già di insegnamenti ma di corsi, con uno spiccato orientamento sociologico e psico-sociologico, ai quali se ne affiancano numerosi altri di semiotica e di retorica; ma, anche a prescindere dalla possibilità

di tradurre i titoli in dizioni disciplinari corrispondenti, rimane il fatto che lo stato della ricerca nel nostro paese non è in grado di offrire specialisti che possano impartirli con sufficiente competenza. Più vicini al sistema universitario italiano nella loro impostazione, ma disparati e non di rado anche eclettici nella scelta dei contenuti formativi, sono i «curricula» di scienze della comunicazione delle Università europee, dall'Università Jean Moulin di Lione a quelle di Gand e di Liegi, o a quelle inglesi e tedesche. In nessuna, perciò, è dato trovare un modello che sia trasferibile all'università italiana.

Concluso questo lavoro preliminare di ricognizione, la Commissione è passata a discutere della struttura del corso di laurea, del periodo di formazione generale comune, dell'articolazione in indirizzi, dell'elenco degli insegnamenti della possibilità di corsi di diploma collaterali (con particolare riguardo al raccordo con la professione giornalistica), dei rapporti tra il corso di laurea e l'ordinamento didattico italiano impostato sulle facoltà, dell'istituzione del corso di laurea in altre sedi oltre a quelle previste dal piano quadriennale, e infine delle modalità di attuazione. A questi temi sono dedicati i paragrafi successivi della presente relazione.

2. Denominazione e struttura del corso di laurea

Prima di affrontare il problema della struttura del nuovo corso di laurea, la Commissione ha convenuto nel

proporre un modifica della denominazione, nel senso di sostituire alla dizione «scienza delle comunicazioni» - adottata in sede in piano quadriennale - la più corretta dizione «scienze della comunicazione». Questa duplice modifica trova la propria giustificazione: a) nel fatto che non esiste un'unica scienza né una scienza unificata, della comunicazione, ma questo campo di studi è definito da un insieme di componenti disciplinari appartenenti ad aree diverse; b) nel fatto che il singolare «comunicazione» appare più adatto a indicare un settore, ancorché complesso, di indagini e di attività professionali, mentre il plurale «comunicazioni» è abitualmente impiegato in connessione con il termine «trasporti», per indicare un sistema di collegamenti usufruibile da persone, merci e anche (nel caso delle poste, dei telegrafi, dei telefoni, ecc.) da notizie. Pertanto, nel testo di questa relazione - come nella tabella ad essa allegata - sarà utilizzata la denominazione sopra proposta. Per quanto attiene alla struttura, la Commissione si è trovata di fronte a tre ipotesi relative alla durata e all'articolazione del corso di laurea: una durata quadriennale, con un biennio di formazione generale e un biennio articolato in indirizzi; una durata quinquennale, con un triennio di formazione generale e un biennio articolato in indirizzi; una durata quinquennale, con un biennio di formazione generale e un triennio di indirizzo. Dopo ampia discussione, essa è pervenuta a scartare le prime due ipotesi: la prima perché un corso quadriennale è

sembrato insufficiente a contenere le molteplici componenti che il settore della comunicazione richiede, e la seconda perché un periodo triennale destinato alla formazione generale è apparso eccessivo rispetto alle esigenze di una formazione più specifica, quale soltanto gli indirizzi professionalizzanti (o, per meglio dire, pre-professionali) possono offrire.

Pertanto la Commissione ha stabilito, in linea preliminare:

a) che il corso di laurea dovrà contemplare un biennio propedeutico comune, con sbarramento al suo termine, cosicché il passaggio al successivo periodo di studi sia consentito soltanto a condizione che siano stati superati gli esami di tutti gli insegnamenti previsti come obbligatori e le prove di lingua;

b) che la durata complessiva del corso di laurea sia di cinque anni, e che quindi alla formazione pre-professionale di indirizzo siano dedicati i tre anni successivi.

La decisione a favore del biennio (anziché di un triennio) propedeutico è stata adottata all'unanimità, mentre quella relativa alla durata complessiva del corso di laurea è stata presa con il motivato dissenso del prof. Morcellini, favorevole a un corso di laurea quadriennale con un successivo sistema di corsi di perfezionamento e di scuole di specializzazione.

3. Formazione generale comune

Un'ampia e approfondita discussione, prolungatasi per varie riunioni,

è stata dedicata a determinare la fisionomia del biennio propedeutico destinato alla formazione generale comune, antecedente alla scelta dell'indirizzo. La duplice considerazione del carattere spesso ancora indefinito e della rapida trasformazione dei profili professionali attinenti al settore della comunicazione ha suggerito la necessità di una preparazione a largo raggio, comprensiva di una pluralità di componenti disciplinari. Ma sull'individuazione di queste componenti si è manifestata, in seno alla Commissione, una disparità di pareri. Da una parte è stata sostenuta - anche in relazione al fatto che il piano quadriennale ha istituito il nuovo corso di laurea presso tre facoltà di Lettere e Filosofia - la tesi che il biennio propedeutico debba fornire allo studente una cultura di base di carattere soprattutto umanistico, corredata dagli strumenti necessari per elaborare in forme persuasive i messaggi da comunicare; e di conseguenza è stato proposto di strutturarli sulla base di discipline linguistico-letterarie, storico-artistiche, storiche e filosofiche. In particolare, il prof. Pennacini ha espresso il parere che un'impostazione del genere sia la più adatta tanto per completare la preparazione degli studenti provenienti da istituti secondari diversi dal liceo, quanto per adeguare l'offerta formativa del nuovo corso di laurea alla domanda di cultura «umanistica-moderna avanzata dal mercato del lavoro. Da un'altra parte si è invece posta in rilievo la necessità, come elemento caratterizzante del nuovo corso di laurea, di una cultura so-

ciologica (e psicologica), in base alla considerazione che i fenomeni comunicativi sono stati oggetto di studio soprattutto da parte delle scienze sociali e delle discipline psicologiche. Da un'altra parte ancora si è sottolineata la necessità di riconoscere una presenza significativa alla formazione tecnologica, che sembra essere indispensabile per svolgere una qualsiasi attività professionale nel settore della comunicazione. Tutte queste esigenze, ognuna di per sé legittima, si sono tuttavia scontrate con i vincoli posti dalla durata biennale e dal numero limitato di insegnamenti (e di esami) che possono trovare posto nel periodo destinato alla formazione generale comune, nonché con l'esigenza di accordare allo studente un margine non irrisorio di scelta per poter seguire altri insegnamenti a scelta.

Al termine di questo dibattito, dopo aver vagliato e discusso le varie ipotesi prospettate, la Commissione ha ritenuto di dovere puntare per il biennio propedeutico su una struttura relativamente rigida, costituita in prevalenza da insegnamenti obbligatori di carattere istituzionale, in analogia a quella del corso di laurea in Psicologia e della maggior parte dei corsi propriamente «scientifici». Ciò l'ha indotta a scartare la possibilità di una sostituzione in sede locale, su deliberazione del consiglio di facoltà o di corso di laurea o per autonoma scelta dello studente, di alcuni degli insegnamenti obbligatori, e a sancire il principio della loro insostituibilità. Fermo restando che una specializzazione delle singole

sedi universitarie è non soltanto legittima, ma anche auspicabile, non è infatti sembrato opportuno che questa incidesse sulla formazione generale, la quale dev'essere comune a tutti gli studenti del nuovo corso di laurea indipendentemente dall'università presso la quale lo frequenteranno. Ma la determinazione di una struttura rigida comportava anche il ricorso a un criterio che consentisse di lasciar fuori componenti disciplinari pur fornite, di per sé, di un'elevata dignità culturale. A tal fine la Commissione ha scelto, in linea generale, di escludere dal biennio propedeutico - o, più precisamente, dall'elenco degli insegnamenti obbligatori in esso impartiti - le discipline che rappresenterebbero un'integrazione o un prolungamento della formazione già fornita nella scuola secondaria superiore, e in particolare nel liceo. Questa impostazione ha provato a sacrificare soprattutto quelle discipline linguistiche-letterarie, storico-artistiche, storiche e filosofiche che caratterizzano tradizionalmente la facoltà di Lettere e filosofia, nel tentativo di configurare un corso di laurea non solo innovativo rispetto agli altri corsi di questa facoltà, ma anche indipendente dalla collocazione prevista dal piano quadriennale - un corso di laurea, insomma, orientato nella sua fase iniziale a definire una piattaforma pluri-disciplinare rispondente alle specifiche esigenze del settore della comunicazione. Di conseguenza, la Commissione non ha ritenuto opportuno includere nella formazione generale insegnamenti come la Letteratura italiana o

una generica Storia moderna o contemporanea, le cui linee fondamentali di sviluppo dovrebbero essere già note allo studente, rimandando a un momento successivo l'approfondimento di aspetti specifici anche della cultura «umanistica».

Nel delineare il contenuto del biennio propedeutico la Commissione ha pertanto soffermato la propria attenzione su sette componenti considerate, a vario titolo, indispensabili (o almeno utili) per la formazione di base dello studente del corso di laurea in Scienze della comunicazione, e in particolare per l'acquisizione di metodologie e strumenti di comunicazione, che siano utilizzabili indipendentemente dai contenuti: una componente linguistico-comunicativa, una componente tecnologica, una componente psicologica, una componente sociologica, una componente economica, una componente giuridica e una componente storica. Tra queste è sembrato necessario accordare un peso particolare alle prime due, nonché alla componente sociologica; è sembrato cioè necessario privilegiare la conoscenza generale dei processi comunicativi e delle relative tecniche, la conoscenza dei linguaggi informatici e del processo di trasformazione dei mezzi di comunicazione e infine la conoscenza delle dimensioni sociali dei fenomeni comunicativi. Di conseguenza, a ognuna di queste tre componenti si è deciso di far corrispondere due insegnamenti obbligatori del biennio, prevedendo invece un solo insegnamento per le altre componenti. Una soluzione del genere, tuttavia, avrebbe portato il

numero degli insegnamenti obbligatori a dieci, eliminando (o riducendo a una presenza puramente simbolica) gli insegnamenti opzionali. Pertanto la Commissione è stata costretta - pur consapevole del sacrificio che ciò comportava, anche in termini di coerenza interna del proprio modello - a cercare una diversa collocazione per le due ultime componenti, ossia per quella storica e per quella giuridica, prevedendo per la prima un rinvio al triennio, e per la seconda una presenza tra gli insegnamenti opzionali.

Nel tradurre in termini disciplinari le cinque componenti rimaste a caratterizzare in modo «obbligante» la formazione generale comune la Commissione si è attenuta a un ulteriore criterio, cioè quello di scegliere, in linea di massima, insegnamenti specificamente funzionali all'ambito della comunicazione. Così, per esempio, alle discipline storico-letterarie essa ha preferito due insegnamenti di carattere più propriamente linguistico-comunicativo, cioè Semiotica e Linguistica generale; in luogo di un insegnamento di Psicologia (generale) ha preferito un insegnamento di Psicologia dei processi cognitivi; e ancora, per quanto riguarda la componente sociologica, essa si è orientata verso un insegnamento di Teoria e tecniche delle comunicazioni di massa. Tuttavia tale criterio non era suscettibile di un'applicazione generale. Soprattutto la componente tecnologica richiedeva, infatti, di esser presente da un lato sotto la forma di un insegnamento generale di Informatica, rivolto a fornire le nozioni

fondamentali relative ai principi di funzionamento e alle tecniche di programmazione dei calcolatori elettronici, dall'altro mediante un insegnamento più specifico, indirizzato a far conoscere sistemi e tecnologie di elaborazione e di trasporto delle informazioni. Ma anche per l'economia e la stessa sociologia è apparso opportuno prevedere due insegnamenti introduttivi, intesi a fornire le «istituzioni» di questi campi di studio.

In tal modo la Commissione è pervenuta a determinare un elenco di otto insegnamenti obbligatori per il biennio propedeutico: sei già presenti nelle attuali tabelle disciplinari e due, cioè Psicologia dei processi cognitivi e Sistemi e tecnologie della comunicazione, da istituire ex novo. Accanto a questi, la Commissione ha ritenuto poter esserci spazio per tre insegnamenti opzionali, da scegliere tuttavia entro un elenco ristretto di discipline integrative rispetto alla formazione generale a cui il biennio è destinato: in primo luogo un insegnamento di Diritto dell'informazione e della comunicazione (che avrebbe anche potuto trovare posto tra quelli obbligatori), e poi due insegnamenti linguistici specifici come Psicolinguistica e Sociolinguistica, un insegnamento più letterario come Retorica e stilistica, un insegnamento di Logica e un insegnamento di Sociologia della comunicazione.

Infine, la Commissione ha concordato sulla necessità di prevedere al termine del biennio - e anche queste con funzione di sbarramento - due prove di composizione o elabo-

razione di testi, da sostenere con l'impiego di *word processor*, l'una in lingua italiana e l'altra in lingua inglese, nonché un colloquio diretto ad accertare la conoscenza della lingua inglese.

Essa ha ritenuto che la preparazione in vista di queste prove non debba assumere forma disciplinare (e che quindi ad esse non debbano corrispondere insegnamenti nel senso giuridico del termine), ma debba avvenire in appositi corsi o lettori rivolti a sviluppare le capacità di organizzazione del pensiero, di chiarezza, di precisione, di sintesi indispensabili per una corretta ed efficace comunicazione sia nella lingua madre sia nella lingua «veicolare» internazionale. Mentre la prova di italiano potrà limitarsi a uno scritto (cioè alla composizione di un testo tecnico), quella di inglese dovrà articolarsi in uno scritto (analogo a quello di italiano) e in un colloquio nel quale dovrà essere verificata la capacità, da parte dello studente, di parlare correttamente e correntemente tale lingua, nonché l'acquisita padronanza del lessico specifico delle discipline seguite nel biennio. Per quanto riguarda le modalità di preparazione a queste prove, la Commissione ha ritenuto che ogni decisione in merito debba esser lasciata alle singole sedi, le quali potranno avvalersi sia di docenti ufficiali sia di lettori, e anche utilizzare - qualora ne dispongano - del personale e dell'apparecchiatura del centro linguistico interfacoltà.

4. Articolazione in indirizzi

Per quanto concerne il successivo

triennio, la Commissione si è trovata concorde sulla necessità di articolarlo in indirizzi destinati a fornire una preparazione in un particolare settore di attività, comprensivo di un insieme più o meno omogeneo di profili professionali. Tuttavia essa ha anche ritenuto opportuno mantenere una struttura «minima» comune a tutti gli indirizzi, rappresentata da quattro gruppi di insegnamenti corrispondenti ad aree disciplinari assenti, o presenti soltanto in maniera marginale, nel biennio propedeutico: un gruppo di discipline filologiche e storico-linguistiche (le due filologie indicate sono state scelte in rapporto alle due lingue, l'italiano e l'inglese, in cui lo studente ha dovuto sostenere la prova scritta al termine del biennio), un gruppo di discipline tecnico-artistiche, un gruppo di discipline storiche e un gruppo di discipline di carattere generale afferenti all'area delle scienze sociali. La frequenza di questi insegnamenti dopo il periodo di formazione generale nel settore delle scienze della comunicazione può offrire la possibilità di approfondire il contenuto in una prospettiva particolare meglio rispondente all'impianto del corso di laurea. Per quanto riguarda il gruppo delle discipline storiche, la sua presenza può supplire al sacrificio di questa componente tra gli insegnamenti obbligatori del biennio; mentre per quanto riguarda le scienze sociali, esse possono validamente integrare, in un quadro d'insieme, l'insegnamento sociologico precedente.

Un ampio dibattito è stato dedicato

dalla Commissione a determinare gli indirizzi del triennio e i rispettivi insegnamenti costitutivi. Essa si è ispirata, nelle sue scelte, al duplice criterio di evitare indirizzi accentuatamente specialistici, che finirebbero per fornire una preparazione troppo settoriale, e di ridurre al minimo il numero degli indirizzi stessi, almeno nella fase di avvio del nuovo corso di laurea, lasciando così spazio - per il futuro - all'eventuale introduzione di nuovi indirizzi che possano meglio rispondere all'emergere di nuovi profili professionali. Di conseguenza, essa ha preferito accorpate in un unico indirizzo di «comunicazioni di massa» la formazione in vista delle professioni connesse allo sviluppo dei mezzi di informazione e quella in vista del mondo editoriale, affiancadogli un diploma triennale specificamente destinato alla professione giornalistica. Analogamente, essa ha adottato la soluzione di destinare un unico indirizzo alla comunicazione istituzionale e alla comunicazione d'impresa, non ritenendo che la distinzione tra «pubblico» e «privato», pur nella differenza delle applicazioni professionali, possa costituire un fondamento valido per giustificare due diversi indirizzi, e ciò in quanto entrambi i settori richiedono una comune formazione di base. A questi primi due indirizzi, l'uno di «comunicazioni di massa» e l'altro di «comunicazione istituzionale e d'impresa», la Commissione ha ritenuto opportuno affiancarne un terzo, che ha denominato «logico-sperimentale», rivolto a una formazione nei settori tecnologicamente

più avanzati della comunicazione: un indirizzo, quindi, di confine con le scienze dell'informazione e orientato a preparare competenze aggiornate nello sviluppo delle tecnologie e delle logiche di «software» che permettano di interpretare e utilizzare in modi appropriati i nuovi servizi che esso rende continuamente possibili.

La Commissione ha anche preso in esame la proposta - avanzata dal prof. Moro - di un ulteriore indirizzo in «comunicazione formativa», destinato alla preparazione di specialisti in processi formativi da impiegare soprattutto, ma non esclusivamente, in ambito aziendale. Essa ha tuttavia ritenuto di non poterla accogliere non soltanto per il criterio sopra indicato di ridurre al minimo, almeno nella fase iniziale, il numero degli indirizzi, ma anche perché tale indirizzo non le è sembrato specificamente pertinente all'ambito delle scienze della comunicazione. Pur convenendo sull'opportunità di far posto, nel quadro complessivo dell'università italiana, a un apposito *curriculum* per la formazione di specialisti in processi formativi, la Commissione ha constatato che esso andrebbe a collocarsi all'incrocio tra scienze della comunicazione, scienze dell'educazione e studi economico-aziendali, e che per il suo prevalente profilo «educativo» dovrebbe trovare posto, di preferenza, nel corso di laurea in Scienze dell'educazione, quale dovrebbe risultare da una riforma del corso di laurea in Pedagogia che sia capace di tener conto delle esigenze di formazione emergenti al di fuori del

suo tradizionale ambito scolastico. La strutturazione interna di questi indirizzi è stata impostata sulla base di otto insegnamenti costitutivi, e perciò anche obbligatori, per ognuno, ai quali si affiancano - oltre ai quattro insegnamenti da scegliere nei quattro gruppi di cui si è detto sopra - tre insegnamenti opzionali. Nella determinazione degli insegnamenti costitutivi di ogni indirizzo la Commissione si è attenuta a un criterio di rilevanza specifica rispetto alla loro destinazione formativa. Nel caso dei primi due indirizzi, costruiti il più possibile in parallelo, essa ha privilegiato discipline tecniche (o di «teorie e tecniche») tra loro distinte, per le «comunicazioni di massa», sulla base dei diversi tipi di «media» e dei linguaggi relativi, e per la «comunicazione istituzionale e di impresa», sulla base delle due componenti che definiscono l'indirizzo; e ad esse ha affiancato sia un insegnamento giuridico che un insegnamento economico, entrambi determinati in funzione della specificità dei due indirizzi.

Differente è stato, ovviamente, il criterio con il quale sono state determinate le discipline dell'indirizzo «logico-sperimentale»: discipline di carattere logico o informatico, accanto a insegnamenti specialistici come la Linguistica computazionale, la Semiotica del testo, la Teoria della traduzione.

Per quanto riguarda, infine, gli insegnamenti opzionali, la Commissione ha ritenuto per un verso di dover tenere distinti quelli previsti per il triennio da quelli contemplati (in numero molto ristretto) per il bien-

nio propedeutico, e per l'altro verso di non differenziarli per indirizzo, ma di accorparli - com'è stato fatto, del resto, per molti altri corsi di laurea - in un unico elenco. Questo comprende una disciplina giuridica, un paio di discipline economiche specifiche, una disciplina psicologica e una disciplina sociologica anch'esse specifiche, tre semiologie «settoriali», due discipline attinenti alle scienze dell'educazione, e infine due gruppi più consistenti, costituiti l'uno da insegnamenti filosofici e l'altro da insegnamenti di storia della letteratura italiana, dell'arte, della musica, del cinema, con particolare riguardo all'età contemporanea. Una ulteriore possibilità di scelta è offerta dalla clausola che consente di sostituire questi insegnamenti con insegnamenti fondamentali comuni o con insegnamenti costitutivi di indirizzi diversi da quello seguito, o ancora con insegnamenti opzionali del biennio propedeutico di cui lo studente non abbia prima sostenuto l'esame, e addirittura con due insegnamenti di altro corso di laurea.

5. Elenco degli insegnamenti

Dalle considerazioni finora svolte discende la proposta di tabella allegata alla presente relazione. Essa comprende, in totale:

a) per il biennio otto insegnamenti obbligatori e una «rosa» di sei insegnamenti opzionali (da scegliere in numero di tre), oltre alle due prove scritte e al colloquio d'inglese;

b) per il triennio quattro gruppi for-

mati ognuno da quattro insegnamenti fondamentali comuni (da scegliere uno per gruppo), otto insegnamenti costitutivi per ciascun indirizzo, e infine una «rosa» di venti insegnamenti complementari.

Si tratta perciò, nel complesso, di quattordici insegnamenti per il biennio e di cinquantanove per il triennio (un insegnamento costitutivo è comune a due indirizzi), vale a dire di settantatre insegnamenti.

Nella loro determinazione la Commissione ha cercato, ove possibile, di adottare denominazioni esistenti, anche quando - come soprattutto nel caso dell'insegnamento di Informatica, previsto come obbligatorio nel biennio propedeutico - il contenuto dovrà essere funzionale alle specifiche esigenze formative del nuovo corso di laurea, e quindi differenziarsi da quello degli insegnamenti dello stesso nome già presenti in altri corsi e facoltà. Tuttavia il proposito di dar vita a un corso di laurea innovativo, e al tempo stesso specificamente caratterizzato nei confronti di altri corsi, ha richiesto in molti casi l'introduzione di discipline nuove, in grado di coprire i diversi aspetti e le molteplici dimensioni dell'universo della comunicazione. Soprattutto nel triennio di indirizzo, e con particolare riguardo agli insegnamenti costitutivi, questo ricorso si è imposto in misura massiccia.

Mentre nel biennio le discipline nuove sono soltanto tre, due tra le obbligatorie (Psicologia dei processi cognitivi e Sistemi e tecnologie della comunicazione) e una tra le opzionali (Diritto dell'informazione e

della comunicazione), nel triennio esse risultano due nei gruppi degli insegnamenti fondamentali comuni, ben sette negli insegnamenti costitutivi di due indirizzi e sei in quelli di un altro, e ancora sei tra gli insegnamenti opzionali [...].

6. Corsi di diploma collaterali

Nel corso della discussione è emerso un sostanziale consenso sull'opportunità di affiancare al nuovo corso di laurea dei diplomi collaterali di durata triennale, secondo quanto previsto dall'art. 2 della legge 19 novembre 1990, n. 341. In particolare, la Commissione ha convenuto sull'esigenza di istituire fin d'ora da una parte un corso di diploma orientato alla professione giornalistica, dall'altra un corso per la formazione di tecnici pubblicitari di livello intermedio.

Per quanto riguarda la professione giornalistica, intesa in senso lato, attualmente risultano ammessi al praticantato - secondo dati ufficiali - studenti universitari di qualsiasi facoltà (nella misura del 36%) e candidati in possesso del solo diploma di scuola secondaria superiore (nella misura del 38%), cioè per la maggior parte persone prive di una preparazione di base usufruibile nell'esercizio della professione. E proprio da parte dell'Ordine dei giornalisti è stata più volte prospettata la necessità di modificare questa situazione, in maniera da innalzare il livello iniziale degli aspiranti alla professione, e soprattutto da integrare la preparazione pratica con una formazione più specifica, comprendente i quattro settori dei «fon-

damenti culturali per la professione giornalistica», delle «discipline tecnico-teoriche per la professione giornalistica» e delle «specializzazioni giornalistiche». La Commissione si è mossa sulla linea delle indicazioni formulate dall'Ordine e largamente recepite nella proposta di legge di iniziativa parlamentare n. 3790, che all'art. 2 prevede come canale principale d'ingresso alla professione «il possesso della laurea o del diploma universitario equipollenti rilasciato da una struttura formativa al giornalismo riconosciuta ai sensi dell'art. 34-*quater* e che preveda un periodo di tirocinio professionale non inferiore a sei mesi...». Di conseguenza, essa ha previsto, nella «tabella» di questo diploma, un numero programmato di iscritti determinato d'intesa con l'Ordine, un periodo di praticantato di dodici mesi (anche non consecutivi) nel corso del triennio, e infine il valore legale del diploma come titolo di ammissione all'esame di idoneità alla professione giornalistica. Essa ha inoltre introdotto, a fianco degli insegnamenti ufficiali, dei seminari specializzati da tenere con la collaborazione di giornalisti professionisti, che possano avviare lo studente alle varie specializzazioni, attuali e future, del giornalismo.

Se nel caso del giornalismo la Commissione si è trovata di fronte a una professione consolidata e legalmente regolamentata, anche se coinvolta in un processo di rapido mutamento sia socio-culturale che tecnologico, nel caso della pubblicità essa ha dovuto prendere atto dell'esistenza di iniziative molteplici ma

non istituzionalizzate, dalle quali è difficile trarre indicazioni precise su un efficace *curriculum* formativo «breve», o almeno più breve della laurea. La Commissione è perciò addivenuta alla proposta di un diploma di Tecnica pubblicitaria, con una formazione di base analoga a - anche se non coincidente con - quella del biennio propedeutico nel corso di laurea in scienze della comunicazione, integrata da un insieme di discipline propriamente tecniche e da uno *stage* di almeno quattro mesi.

Anche in questo caso, quindi, sarà indispensabile una cooperazione con enti o istituzioni pubbliche private, oppure con imprese e associazioni imprenditoriali, che offrano la sede e gli strumenti necessari per la realizzazione di tale *stage*. Sulle modalità di questo rapporto la Commissione ha preferito limitarsi a indicazioni di carattere generale, affidando ogni decisione specifica alle singole sedi.

Entrambi i corsi sono stati strutturati, in linea generale, sulla base della suddivisione tra un primo biennio, inteso a fornire una preparazione di base, e un anno conclusivo di carattere più marcatamente professionale. E la fisionomia dei primi due anni è stata studiata in maniera da assicurare una sostanziale equivalenza con quella fornita dal biennio propedeutico del corso di laurea. Anzi, la Commissione ha anche preso in esame l'ipotesi di un biennio comune a questo e ai due corsi di diploma, che potesse più agevolmente consentire il passaggio dall'uno agli altri (e viceversa); ma è stata indotta

ad accantonarla per la necessità di rendere il biennio dei due corsi di diploma più aderente alle rispettive esigenze di formazione. Alcuni insegnamenti sono ovviamente rimasti gli stessi: così quelli di Istituzioni di economia, di Istituzioni di sociologia, di Teoria e tecniche della comunicazione di massa per il diploma in Giornalismo, e quelli delle due discipline «istituzionali» d'economia e di sociologia, di Psicologia dei processi cognitivi, di Semiotica, di Teoria e tecniche della comunicazione di massa per il diploma in Tecnica pubblicitaria. Ma altri risultano mutati, con un tendenziale rafforzamento, già nel primo biennio, degli aspetti tecnici, e con l'introduzione tra gli insegnamenti obbligatori di un Diritto dell'informazione e della comunicazione, che garantisce fin dall'inizio la presenza della dimensione giuridica. E' stato in ogni caso mantenuto - in analogia con il biennio propedeutico del corso di laurea - l'obbligo di sostenere due prove di composizione o elaborazione di testi, con impiego di word processor, e un colloquio diretto ad accertare la conoscenza della lingua inglese, con funzione di sbarramento per l'accesso all'anno conclusivo.

Per entrambi i diplomi la proposta di tabella contempla:

a) per il primo biennio otto insegnamenti obbligatori, oltre alle due prove scritte e al colloquio d'inglese;

b) per l'anno conclusivo quattro insegnamenti obbligatori, accompa-

gnati da seminari specializzati o da laboratori;

c) due insegnamenti opzionali da scegliere entro una «rosa» di otto, nel corso dell'intero triennio.

L'elenco degli insegnamenti comprende, in larga misura, discipline previste anche per il corso di laurea; più precisamente, il diploma di Giornalismo presenta una certa analogia con l'indirizzo di «comunicazioni di massa», mentre quello in Tecnica pubblicitaria si configura largamente come un *curriculum* formativo minore rispetto all'indirizzo di «comunicazione istituzionale e d'impresa».

Nella determinazione degli insegnamenti la Commissione ha anche qui cercato di adottare denominazioni esistenti, o ha fatto ricorso alle medesime già introdotte nel corso di laurea - come nel caso di Diritto dell'informazione e della comunicazione per entrambi i diplomi, di Teorie e tecniche del linguaggio giornalistico per il corso di diploma in Giornalismo, e di Psicologia dei processi cognitivi, Teorie e tecniche della promozione di immagine, Tecniche della comunicazione pubblicitaria, Tecniche di elaborazione automatica dell'immagine, «Industrial design», Teorie e tecniche della comunicazione pubblica per il corso di diploma in Tecnica pubblicitaria.

Mentre per questi insegnamenti si rimanda al paragrafo precedente, si dà qui un breve profilo dei due insegnamenti di nuova denominazione che compaiono nella proposta di

tabella per il corso di diploma in Giornalismo:

*Deontologia giornalistica
e diritto all'informazione*

Largamente affine, ma al tempo stesso più specifico nel contenuto e più rispondente alle esigenze di formazione del giornalista, al Diritto dell'informazione previsto come insegnamento complementare per il corso di laurea in Scienze della comunicazione, questa disciplina abbraccia la conoscenza delle normative in campo di informazione e di «media» (stampa, editoria, radio-televisione ecc.) presenti nel sistema giuridico italiano, con gli indispensabili riferimenti comparativi alla legislazione di altri paesi; e d'altra parte tratta delle molteplici fonti di regole o di auto-regole della professione giornalistica e delle professioni affini, coniugando la dimensione giuridica con quella etico-deontologica.

Tecniche dell'intervista

La disciplina risulta già presente nel gruppo M101 con la denominazione più ampia di Tecniche dell'intervista e del questionario; ma per le specifiche esigenze di formazione del giornalista appare opportuno focalizzarne il contenuto sull'apprendimento delle tecniche dell'intervista, nonché sui fenomeni di interazione che si determinano nel rapporto tra intervistatore e intervistato.

La Commissione si è anche preoccupata di stabilire, in conformità a quanto previsto dal già menzionato art. 2 della legge n. 341, norme previste per il riconoscimento degli stu-

di compiuti nei due corsi di diploma in caso di successiva iscrizione al corso di laurea in Scienze della comunicazione, oppure degli studi compiuti in questo nel caso in cui, al termine del biennio propedeutico, lo studente intendesse iscriversi al corso di diploma in Tecnica pubblicitaria (non però a quello in Giornalismo, sottoposto ai vincoli derivanti dal numero limitato di iscritti). In caso di iscrizione di diplomati - sia in Giornalismo che in Tecnica pubblicitaria - è stato contemplato il riconoscimento degli esami sostenuti negli insegnamenti obbligatori comuni e di altri due esami, vincolandolo però, per i primi, all'equivalenza del programma; mentre in caso di passaggio, al termine del biennio propedeutico, dal corso di laurea in Scienze della comunicazione al corso di diploma in Tecnica pubblicitaria - che la Commissione ha ritenuto di dover incentivare - è previsto il riconoscimento degli esami sostenuti negli insegnamenti obbligatori comuni e, ove sostenuto, in quello di Retorica e stilistica. In tutti casi, poi, è stato sancito il riconoscimento delle prove scritte e del colloquio di conoscenza della lingua inglese.

Infine, la Commissione ha preso in esame l'ipotesi di istituire, accanto ai precedenti, altri corsi di diploma, e precisamente un corso di diploma in Comunicazione culturale e formativa e un altro in Comunicazione e gestione di risorse culturali. La proposta del primo - avanzata dal prof. Moro in collegamento con quella già menzionata di un indirizzo in «Comunicazione formativa» - è

stata però ritenuta anch'essa non specificamente pertinente all'ambito delle Scienze della comunicazione. La proposta del secondo - sostenuta soprattutto dal prof. Bechelloni - è apparsa anch'essa collocarsi ai confini di quest'ambito, e interferire con l'area già coperta dal corso di laurea in Storia e tutela dei beni culturali, il quale non può certamente disinteressarsi della formazione di operatori in grado di gestire, accanto alla risorse, anche gli interventi in campo culturale. Tuttavia la Commissione, pur pervenendo ad una conclusione negativa su entrambe, è unanime nel richiamare l'attenzione del Ministro sulla necessità che - in sede di applicazione della legge sugli Ordinamenti didattici - sia prevista un'organica regolamentazione dei due settori, attraverso l'istituzione di un corso di diploma per «Formatori d'impresa» e di un altro corso di diploma per «Operatori di interventi culturali», e nel sollecitare iniziative rivolte alla definizione, su scala nazionale, delle relative tipologie.

7. Rapporti tra corso di laurea e facoltà

A conclusione del proprio lavoro, la Commissione si è soffermata a considerare il problema della collocazione del nuovo corso di laurea entro il «sistema» delle facoltà. L'impostazione e la corretta soluzione di questo problema dipendono, in realtà, da condizioni di carattere ben più generale. La prima è rappresentata dalla scelta in favore di macro-facoltà, comprensive di una pluralità di corsi di laurea affini, op-

pure di micro-facoltà, coincidenti con un singolo corso di laurea. Anche nell'area delle facoltà «umanistiche» si trovano, com'è noto, facoltà di entrambi i tipi: da un lato facoltà come quelle di Lettere e filosofia che abbracciano più corsi di laurea, dall'altro facoltà a un sol corso come quelle di Giurisprudenza o di Scienze politiche (sebbene in questa il corso comprenda diversi indirizzi). E' chiaro che, se prevarrà un orientamento favorevole alla seconda alternativa, il corso di laurea in Scienze della comunicazione è destinato a costituire, insieme ai suoi diplomi collaterali, una facoltà a sé stante; in caso contrario, invece, il problema della sua collocazione si riproporrà anche in relazione alle modifiche che possono intervenire nella struttura dei corsi di laurea vicini. La seconda condizione è rappresentata dalla scelta - nell'eventualità che vengano mantenute o ridisegnate le macro-facoltà in favore di un'aggregazione di corsi di laurea stabilita su base nazionale oppure di un'aggregazione affidata all'autonomia delle singole sedi. In questo secondo caso il problema sarà delegato alle università, e dovrà esser risolto tenendo conto dei corsi di laurea in esse presenti; nel primo caso, invece, esso non può non saldarsi con quello, ancora una volta più generale, della ristrutturazione dei corsi di laurea dell'area umanistica, investendo insieme le facoltà di Lettere e filosofia, di Magistero e di Scienze politiche.

Nella seconda metà degli anni '60, riformando la facoltà di Scienze po-

litiche, il legislatore rinunciò alla scelta ben più innovativa di costituire una facoltà di Scienze sociali, che era stata proposta dalla facoltà milanese di Giurisprudenza. Tale soluzione ebbe effetti perversi, conducendo tra l'altro alla separazione tra il corso di laurea in Scienze politiche - presso il quale pur sorsero, e si sono consolidati, nuclei consistenti di studi sociologici - e quello in Sociologia, introdotto dapprima a Trento e poi anche a Roma e Urbino, presso la Facoltà di Magistero, e a Napoli e a Salerno, presso la facoltà di Lettere e filosofia. Ed essa rischia di pregiudicare pure una razionale collocazione del nuovo corso di laurea, al quale è essenziale, sebbene in maniera non esclusiva, il rapporto con le scienze sociali.

Se si vuole però far riferimento alle facoltà attuali, anche se in una prospettiva di trasformazione qual è quella che si presenta ormai imminente - ed era tempo - per la facoltà di Magistero, occorre prendere atto che il nuovo corso di laurea è stato istituito presso la facoltà di Lettere e filosofia. E una collocazione del genere ha, del resto, buoni motivi, se si tiene conto della tradizione di studi linguistici, oltre che storico-letterari e storico-artistici, che la caratterizza: non a caso, del resto, la componente linguistico-comunicativa è stata riconosciuta dalla Commissione come un elemento indispensabile della struttura portante delle scienze della comunicazione. Inoltre la facoltà di Lettere e filosofia presenta già oggi una gamma piuttosto vasta di corsi di laurea, e quello in Scienze della comunica-

zione può intrattenere utili rapporti anche con il settore degli studi filosofici, in particolare con la logica. Non sembra, tuttavia, che questa collocazione, condizionata come è da una ragione storica e quindi contingente, possa essere assunta come esclusiva. Proprio richiamandosi al precedente del corso di laurea in Sociologia la Commissione ritiene che il nuovo corso di laurea possa trovar posto anche nelle facoltà di Magistero, e ancor più nella nuova facoltà di Scienze umane che dovrebbe nascere dalla sua ristrutturazione, oppure - ove istituita - in una facoltà di Sociologia. Più problematica, ma non da escludere, sembra essere una collocazione anche nella facoltà di Scienze politiche, laddove queste presentino una configurazione non limitata alle discipline politologiche ma allargata alle scienze sociali.

Questa proposta di collocazione plurima del nuovo corso di laurea tiene conto, ovviamente, della «mappa» attuale delle facoltà e dei relativi corsi di laurea. Tuttavia la Commissione auspica che, in sede di applicazione dell'art. 3 della legge sugli ordinamenti didattici, il Ministro assuma le iniziative necessarie per una ristrutturazione complessiva, nella quale anche il corso di laurea in Scienze della comunicazione possa trovare una più adeguata collocazione.

8. Istituzione del corso di laurea in nuove sedi

Numerose sono state, negli ultimi tempi, le richieste intese a istituire il corso di laurea in Scienze della co-

municazione presso altre università, in aggiunta a quelle di Salerno, Siena e Torino; ed è presumibile che altre ancora verranno avanzate nel prossimo futuro. La Commissione è unanime nell'esprimere una forte preoccupazione nei confronti del pericolo di una proliferazione indiscriminata del nuovo corso di laurea, al di fuori di ogni logica di programmazione territoriale e prescindendo dalla verifica dei possibili sbocchi occupazionali offerti dal mercato - attuale o potenziale - del lavoro. Del resto, la storia recente dell'università italiana è ricca di esempi del genere, soprattutto nell'area delle facoltà «umanistiche». Il rischio che il nuovo corso di laurea diventi un corso alla moda, alimentando speranze infondate nella massa studentesca, è purtroppo reale; e altrettanto reale è il rischio che le discipline in esso introdotte offrano una facile prospettiva di «riciclaggio» a docenti, o aspiranti docenti, di bassa qualificazione scientifica. Per queste considerazioni la Commissione è concorde nel raccomandare al Ministro una gradualità nell'istituzione di altri corsi di laurea in Scienze della comunicazione nei prossimi piani quadriennali. Anzi, essa ritiene che tale istituzione debba esser fatta dipendere dall'esistenza di condizioni oggettive, capaci di assicurare il funzionamento del corso e la capacità di assorbimento del suo prodotto.

La prima di queste condizioni dovrebbe essere, secondo la Commissione, l'esistenza di strutture didattiche e di ricerca di cui il nuovo corso di laurea possa avvalersi, almeno

in fase iniziale: il che vuol dire, tra l'altro, anche l'esistenza di un serbatoio potenziale di docenti preparati, in grado di assolvere i compiti di insegnamento che tale corso comporta. La seconda condizione dovrebbe essere l'esistenza di un mercato, almeno potenziale, di lavoro, in grado di assorbire i laureati del nuovo corso e i diplomati dei corsi collaterali. A queste condizioni primarie non può non aggiungersi anche l'esigenza di un'equilibrata distribuzione sul territorio nazionale, che eviti - in prospettiva - il permanere di zone «scoperte». In base a questi criteri la Commissione si permette di segnalare l'opportunità di istituire in via prioritaria il nuovo corso di laurea in città dove la presenza di grandi testate giornalistiche, di reti televisive pubbliche o private e di gran parte dell'editoria italiana può offrire più ampie occasioni di inserimento professionale, come per esempio Milano e Roma. Per quanto riguarda, in particolare, Milano, in assenza di richieste da parte dell'università statale, sembra da favorire nel breve periodo la trasformazione del corso di laurea atipico in Relazioni pubbliche, istituito presso l'Istituto universitario di Lingue moderne, in un corso di laurea in Scienze della comunicazione, recependo l'analoga indicazione a suo tempo ordinata dal Consiglio Universitario Nazionale. Accanto a queste sedi sembra meritevole di considerazione anche un corso di laurea localizzato a Palermo, che potrebbe da un lato favorire lo sviluppo socio-culturale della realtà siciliana, dall'altro coprire un'area geografica

del Mezzogiorno lontana dalla sede di Salerno.

Per quanto riguarda, infine, i due corsi di diploma in Giornalismo e in Tecnica pubblicitaria, la Commissione ritiene che essi possano tanto affiancarsi ai corsi di laurea nelle sedi in cui questi sono presenti o saranno istituiti, quanto sussistere in forma indipendente in altre sedi. Per questo motivo nelle due tabelle relative ai diplomi si è usata, per indicare l'organismo che dovrà presiedere all'organizzazione dell'attività didattica, la dizione «Consiglio di corso di laurea (o diploma)», intendendo che le relative competenze vengano attribuite al consiglio di corso di laurea ove il corso o i corsi di diploma affianchino il corso di laurea, oppure siano esercitate da un apposito consiglio di corso di diploma laddove quest'ultimo sia assente. Naturalmente tale ipotesi è suscettibile di modifica in relazione a eventuali criteri generali che venissero stabiliti, in sede nazionale o locale, nell'applicazione della legge sugli ordinamenti didattici.

9. Modalità di attuazione

Nel delineare la struttura del nuovo corso di laurea e dei corsi di diploma collaterali la Commissione ha tenuto presente l'esigenza di dare ad essi un'impostazione didattica differente da quella dei tradizionali corsi delle facoltà umanistiche, accordando alle esercitazioni applicative, ai laboratori, all'addestramento professionale uno spazio non inferiore a quelle delle lezioni cattedratiche. Essa ha anche avvertito la necessità di affiancare la frequenza del trien-

nio di indirizzo, così come dei corsi di diploma, con *stages* da compiere presso imprese pubbliche o private nel settore della comunicazione. Tuttavia queste esigenze hanno potuto esser soddisfatte soltanto in parte nella determinazione delle proposte di tabelle, che costituiva il compito specifico della Commissione. Essa si è perciò limitata a inserire nella tabella del corso di laurea in Scienze della comunicazione una norma relativa alle «esercitazioni pratiche» che devono accompagnare alcuni degli insegnamenti del triennio di indirizzo, affidando la materia alla competenza dei singoli consigli di corso di laurea e a prevedere per il diploma in Giornalismo un periodo di dodici mesi di pratica professionale e per quello in Tecnica pubblicitaria uno *stage* non inferiore a quattro mesi nell'anno conclusivo del relativo corso. E' ovvio che, come il praticantato giornalistico può esser realizzato soltanto d'intesa con l'Ordine nazionale dei giornalisti, e in conformità alle norme relative, così gli *stages* professionali presuppongono un sistema di intese o di convenzioni con gli enti, le istituzioni, le imprese o le associazioni che dovrebbero organizzarli, ospitando gli studenti. Per tutti questi problemi, che concernono non più la determinazione della struttura ma l'attuazione concreta del nuovo corso di laurea, la Commissione non può che raccomandare un meccanismo di concertazione reciproca tra tutte le sedi interessate, quale potrebbe essere, ad esempio, un comitato inter-sedi che concordi i programmi dei corsi e le modalità del loro svol-

gimento, allo scopo di garantire una sostanziale omogeneità nella formazione di base offerta dalle diverse università interessate.

Infine, la Commissione, consapevole del rapido mutamento in atto nel settore della comunicazione, intende prospettare l'esigenza di una revisione periodica delle tabelle da essa proposte, che consenta di verificarne la conformità ai fini della formazione richiesta dal mercato del lavoro e di adeguarle sollecitamente ai bisogni che sorgeranno nel prossimo futuro.

Nel rimetterle, signor Ministro, la presente relazione e le proposte di tabelle ad essa allegate, la Commissione ringrazia della fiducia accordatele.

(Roma, 4 marzo 1991)

Corso di laurea (proposta di tabella)

Titolo di ammissione è quello previsto dal primo comma dell'art. 1 della legge 11 dicembre 1969, n. 910.

La durata del corso per la laurea in Scienze della comunicazione è di cinque anni.

Il corso degli studi si distingue in un biennio propedeutico, inteso a fornire una preparazione di base comune, e in un successivo triennio articolato in indirizzi destinati a offrire una preparazione professionale in un settore specifico di attività.

Gli indirizzi in cui il triennio può articolarsi sono i seguenti:

1) indirizzo di comunicazioni di massa;

2) indirizzo di comunicazione istituzionale e d'impresa;

3) indirizzo logico-sperimentale.

L'attivazione e l'eventuale disattivazione degli indirizzi inseriti nello statuto delle singole università sono disposte dal rettore, su proposta del consiglio di corso di laurea.

Biennio propedeutico

Nel corso del biennio propedeutico lo studente deve seguire otto insegnamenti obbligatori e tre insegnamenti opzionali, scelti tra quelli attivati dal corso di laurea. Gli insegnamenti del biennio vengono impartiti mediante corsi istituzionali.

Sono insegnamenti obbligatori del biennio (sono contrassegnati con asterisco gli insegnamenti di nuova denominazione):

- Informatica;
- Istituzioni di economia;
- Istituzioni di sociologia;
- Linguistica generale;
- Psicologia dei processi cognitivi*;
- Semiotica;
- Sistemi e tecnologie della comunicazione*;
- Teoria e tecniche delle comunicazioni di massa.

Sono insegnamenti opzionali del biennio:

- Diritto dell'informazione e della comunicazione*;
- Logica;
- Psicolinguistica;
- Retorica e stilistica;
- Sociolinguistica;
- Sociologia della comunicazione.

Al termine del biennio lo studente deve inoltre sostenere due prove scritte di composizione o elaborazione di testi, con l'uso di «word processor», l'una in lingua italiana e l'altra in lingua inglese, nonché un colloquio diretto ad accertare la conoscenza della lingua inglese. Ai fini della preparazione a queste prove il corso di laurea organizza appositi corsi, tenuti da docenti ufficiali o da lettori, avvalendosi - per la lingua inglese - del centro linguistico interfacoltà, ove istituito.

Triennio di indirizzo

Per iscriversi al triennio lo studente deve aver superato tutti gli esami obbligatori del biennio propedeutico, le due prove scritte di lingua e il colloquio di conoscenza della lingua inglese; gli esami opzionali devono essere superati entro il terzo anno.

La scelta dell'indirizzo da seguire avviene all'atto dell'iscrizione al terzo anno, e può essere modificata al momento dell'iscrizione al quarto o al quinto anno. In caso di passaggio ad altro indirizzo lo studente ha l'obbligo di iscriversi a tutti gli insegnamenti costitutivi dell'indirizzo al quale si è trasferito e di sostenere i relativi esami.

Ogni indirizzo comporta la frequenza di quattro insegnamenti fondamentali comuni, di otto insegnamenti costitutivi dell'indirizzo e di tre insegnamenti opzionali.

Sono insegnamenti fondamentali comuni:

- un insegnamento a scelta tra Filo-

logia germanica, Filologia romanza, Grammatica italiana, Storia della lingua italiana;

- un insegnamento a scelta tra Comunicazione visiva*, Iconologia e Iconografia, «Industrial design*», Sistemi grafici, Tecnica della comunicazione visiva;

- un insegnamento a scelta tra Storia della scienza e della tecnica, Storia delle relazioni internazionali, Storia dell'impresa*, Storia economica e sociale dell'età moderna e contemporanea;

- un insegnamento a scelta tra Antropologia culturale, Psicologia sociale, Scienza della politica, Sociologia dei processi culturali.

Sono insegnamenti costitutivi per l'indirizzo di comunicazioni di massa:

- Diritto di autore e legislazione sui «media*»;

- Economia e organizzazione delle imprese editoriali*;

- Storia della comunicazione*;

- Tecniche della ricerca sociale;

- Teorie e tecniche dei nuovi «media*»;

- Teorie e tecniche del linguaggio cinematografico*;

- Teorie e tecniche del linguaggio giornalistico*;

- Teorie e tecniche del linguaggio radio-televisivo*.

Sono insegnamenti costitutivi per l'indirizzo di comunicazione istituzionale e d'impresa:

- Diritto dell'economia;

- Economia e organizzazione dell'impresa*;

- Formazione e gestione delle risorse umane*;
- Istituzioni politiche e gruppi di pressione*;
- Tecniche della ricerca sociale;
- Teorie e tecniche della comunicazione pubblica*;
- Teorie e tecniche della promozione di immagine*;
- Tecniche della comunicazione pubblicitaria*.

Sono insegnamenti costitutivi per l'indirizzo logico-sperimentale:

- Interazione uomo-macchina*;
- Linguistica computazionale*;
- Logica dei linguaggi naturali*;
- Scienze cognitive*;
- Semiotica del testo;
- Sistemi di elaborazione automatica dell'immagine*;
- Sistemi esperti e intelligenza artificiale*;
- Teoria della traduzione*.

Sono insegnamenti opzionali comuni a tutti gli indirizzi del triennio:

- Diritto all'informazione*;
- Economia dei «media»*;
- Economia della cultura*;
- Elementi di musica elettronica*;
- Estetica;
- Filosofia del linguaggio;
- Filosofia della scienza;
- Psicologia degli atteggiamenti e delle opinioni;
- Scienza dell'opinione pubblica;
- Semiologia del cinema e degli audiovisivi*;
- Semiologia della musica;
- Semiologia delle arti;
- Sociologia dell'organizzazione;
- Storia dell'arte contemporanea;

- Storia della filosofia contemporanea;
- Storia della letteratura italiana moderna e contemporanea;
- Storia della musica;
- Storia e critica del cinema;
- Tecniche della comunicazione formativa.

Per gli insegnamenti relativi alle «tecniche» (o «teorie e tecniche») e per gli eventuali insegnamenti il consiglio di corso di laurea stabilisce le modalità di svolgimento, la durata e le forme di controllo delle relative esercitazioni pratiche. La verifica dell'esito positivo di tali esercitazioni è condizione preliminare per poter sostenere l'esame.

Lo studente può sostituire uno o più insegnamenti opzionali del triennio con altrettanti insegnamenti fondamentali comuni o insegnamenti costitutivi di indirizzi diversi da quello seguito, oppure - previa deliberazione del consiglio di corso di laurea - con altrettanti insegnamenti opzionali del biennio propedeutico di cui non abbia prima sostenuto l'esame, o ancora con insegnamenti, fino al massimo di due, di altri corsi di laurea dell'ateneo.

Norme finali

Lo studente è tenuto a definire, all'inizio del quarto anno di corso, l'argomento della tesi di laurea in uno degli insegnamenti costitutivi dell'indirizzo o anche in altro insegnamento, purché l'argomento sia coerente con tale indirizzo.

Per essere ammesso all'esame di laurea lo studente deve aver seguito i corsi e superato gli esami in tutti

gli insegnamenti obbligatori e in tre insegnamenti opzionali del biennio propedeutico, negli insegnamenti fondamentali comuni, negli insegnamenti costitutivi dell'indirizzo seguito e in tre insegnamenti opzionali del triennio, e deve inoltre aver superato - al termine del biennio - le due prove scritte di lingua e il colloquio di conoscenza della lingua inglese.

Il diploma di laurea reca l'indicazione dell'indirizzo seguito nel triennio.

Corso di diploma in giornalismo (proposta di tabella)

Titolo di ammissione è quello previsto dal primo comma dell'art. 1 della legge 11 dicembre 1969, n. 910.

Il numero degli studenti iscritti ogni anno è determinato d'intesa con l'Ordine nazionale dei giornalisti: nel caso che le domande di iscrizione eccedano i posti disponibili, la scelta avviene sulla base dei voti riportati nell'esame di maturità e di prove scritte e orali.

La durata del corso di diploma di Giornalismo è di tre anni.

Il corso degli studi si distingue in un primo biennio, inteso a fornire una preparazione di base, e in un anno conclusivo di carattere specificamente professionale.

Primo biennio

Sono insegnamenti obbligatori del primo biennio (sono contrassegnati con asterisco gli insegnamenti di nuova denominazione):

- Diritto dell'informazione e della comunicazione*;
- Istituzioni di diritto pubblico;
- Istituzioni di economia;
- Istituzioni di sociologia;
- Psicologia sociale;
- Sociolinguistica;
- Storia economica e sociale dell'età moderna e contemporanea;
- Teoria e tecniche della comunicazione di massa.

Al termine del biennio lo studente deve inoltre sostenere due prove scritte di composizione o elaborazione testi, con l'uso di «word processor», l'una in lingua italiana e l'altra in lingua inglese, nonché un colloquio diretto ad accertare la conoscenza della lingua inglese. Ai fini della preparazione a queste prove il corso di laurea (o di diploma) organizza appositi corsi, tenuti da docenti ufficiali o da lettori, avvalendosi - per la lingua inglese - del centro linguistico interfacoltà, ove istituito.

Anno conclusivo

Per iscriversi all'anno conclusivo lo studente deve aver superato tutti gli esami obbligatori del biennio propedeutico, le due prove scritte di lingua e il colloquio di conoscenza della lingua inglese.

Sono insegnamenti obbligatori dell'anno conclusivo:

- Deontologia giornalistica e diritto all'informazione*;
- Storia del giornalismo e dell'informazione*;
- Teorie e tecniche del linguaggio giornalistico;

- Teorie e tecniche
del linguaggio radio-televisivo.

Lo studente deve inoltre seguire i seminari specializzati organizzati, con la collaborazione di giornalisti professionisti, dal Consiglio del corso di laurea (o di diploma), che ne stabilisce le modalità di svolgimento, la durata e le forme di controllo.

Insegnamenti opzionali

Nel corso del triennio lo studente deve seguire due insegnamenti opzionali, scelti tra i seguenti:

- Geografia umana;
- Informatica;
- Relazioni internazionali;
- Retorica e stilistica;
- Semiotica;
- Sociologia della comunicazione;
- Storia della scienza e della tecnica;
- Tecniche dell'intervista*.

Pratica giornalistica

Nel corso del triennio lo studente deve compiere, per un periodo di dodici mesi (anche non consecutivi), pratica giornalistica presso un organo di informazione quotidiano o periodico, scritto, parlato o visivo, o presso un'agenzia di stampa di informazione generale o un'agenzia di produzione di servizi giornalistici, che rispondano ai requisiti e alle condizioni stabilite dall'Ordine nazionale dei giornalisti e che svolgano attività giornalistica regolare e continuativa da almeno un anno.

Norme finali

L'esame finale consiste in un collo-

quio interdisciplinare sul contenuto degli insegnamenti e dei seminari dell'anno conclusivo, integrato dalla presentazione e discussione di un testo giornalistico.

Per essere ammesso all'esame finale lo studente deve aver seguito i corsi e superato gli esami in tutti gli insegnamenti obbligatori del primo biennio e dell'anno conclusivo, nonché in due insegnamenti opzionali, e deve inoltre aver superato - al termine del biennio - le due prove scritte di lingua e il colloquio di conoscenza della lingua inglese; infine, deve presentare una dichiarazione del direttore responsabile del quotidiano o periodico o dell'agenzia presso cui ha svolto la propria pratica professionale, attestante il compimento della medesima e le mansioni affidategli nel corso di essa. Il possesso del diploma in Giornalismo è titolo di ammissione all'esame di idoneità alla professione giornalistica.

Raccordo con il corso di laurea in Scienze della comunicazione

Il diplomato in Giornalismo può essere iscritto al secondo anno del corso di laurea in Scienze della comunicazione, con il riconoscimento degli esami sostenuti negli insegnamenti obbligatori comuni al biennio propedeutico e all'indirizzo scelto - a condizione che il programma presentato sia ritenuto equivalente - e di altri due esami, in luogo di altrettanti esami di insegnamenti opzionali, nonché delle prove scritte di lingua e del colloquio di conoscenza della lingua inglese.

*B. Il corso biennale per la formazione al giornalismo promosso a Firenze**

1. Stralci dal Progetto di fattibilità

Premessa

Negli ultimi dieci anni tutto il comparto della comunicazione, nelle sue articolate specificazioni produttive e professionali (giornalismo, pubblicità, comunicazione d'impresa e istituzionale), è in forte espansione, sia in Italia sia in Toscana.

Per quanto riguarda specificamente il giornalismo professionale il numero degli addetti è più che raddoppiato e sono in crescita tutti i settori, da quelli più tradizionali del giornalismo della carta stampata a quelli più nuovi del giornalismo televisivo e radiofonico, d'agenzia e di servizio (es. Televideo). In Toscana sono nate nuove testate giornalistiche e le preesistenti si arricchiscono in servizi e pagine (espansione delle cronache locali); radio e televisioni si vanno attrezzando nella direzione di una maggiore copertura informativa che richiede l'impiego di personale giornalistico.

Il mercato del lavoro giornalistico è, dunque, un settore in espansione all'interno del più generale e nuovo mercato del lavoro della comunicazione (parte consistente del cosiddetto terziario avanzato); il turnover complessivo in Toscana nei prossimi anni si può calcolare intorno alle 100 unità annue, di cui almeno 40 nel settore giornalistico in senso stretto.

La legge istitutiva dell'Ordine dei

Giornalisti prescrive, per diventare giornalisti professionisti, un esame di idoneità professionale. Per accedere a tale esame la sola procedura ammessa in passato consisteva nell'essere assunti da un'azienda editoriale e svolgerci i diciotto mesi del cosiddetto praticantato obbligatorio. Solo successivamente il praticante viene ammesso all'esame di idoneità professionale organizzato dal Consiglio nazionale dell'Ordine. L'esame si svolge a Roma in due sessioni annuali (primavera e autunno) e comprende due prove: una scritta e una orale. Superato l'esame il praticante, a sua domanda, viene iscritto nell'Elenco dei giornalisti professionisti, condizione indispensabile per esercitare la professione. Una via alternativa all'accesso è adesso possibile grazie alle delibere assunte dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti il 6 luglio 1988 (A. *Il quadro di indirizzi e condizioni per le strutture di formazione*. B. *Regolamento per l'attuazione degli indirizzi per il riconoscimento delle scuole di giornalismo*). Tali delibere sono il punto di arrivo di un lungo dibattito svoltosi all'interno della professione e al quale hanno contribuito anche alcuni studiosi esterni, tra i quali si annoverano anche gli estensori di questo progetto. Le delibere dell'Ordine sono altresì il frutto di una pluriennale sperimentazione svoltasi a Milano per iniziativa del Consiglio

regionale lombardo dei giornalisti e della Regione Lombardia che nel 1977 hanno istituito, e poi gestito per 13 anni, l'Istituto per la formazione al giornalismo, che sta attualmente svolgendo il suo settimo corso biennale (riservato a 45 allievi che lo frequentano a tempo pieno). Le delibere dell'Ordine e l'esperienza dell'IFG di Milano consentono, dunque, anche all'Italia di imboccare la strada che da tempo è stata intrapresa dalla maggior parte dei paesi stranieri e in particolare dagli Stati Uniti, paese d'origine del giornalismo moderno (dove il 95 per cento dei giornalisti provengono dalle scuole di giornalismo).

La strada è quella di un accesso alla professione giornalistica regolato dalla formazione che Scuole e Istituti specializzati possono erogare su base qualificata. Per questa via si potrà porre fine, gradualmente, a una situazione dell'accesso che è stata giudicata patologica dalla maggior parte degli osservatori del sistema giornalistico italiano.

Questo progetto di fattibilità si ispira, nei criteri che lo informano, agli «indirizzi» dell'Ordine nazionale dei giornalisti, all'esperienza accumulata dall'IFG di Milano e all'esperienza realizzata nella gestione del primo anno del Corso biennale per «Operatori pubblicitari polivalenti» organizzato per conto della Regione Toscana.

Il Corso che qui si propone ha, dunque, il *duplice obiettivo* di qualificare una professione strategica per la vita moderna e di democratizzare l'accesso al giornalismo consentendo ai giovani più meritevoli di colti-

vare la propria vocazione professionale indipendentemente dai loro legami di appartenenza sociali, familiari e clientelari.

Il Corso biennale di giornalismo che qui si propone ha, quindi, la doppia caratterizzazione, sulla scia del modello prefigurato dalle delibere dell'Ordine nazionale dei giornalisti, di essere Scuola di giornalismo e *se-de di praticantato giornalistico*, propedeutico all'esame di idoneità professionale per diventare *giornalista professionista* a pieno titolo, iscritto all'Albo.

Infine, va aggiunto, che se il Corso verrà realizzato secondo il progetto qui proposto vi è un'elevata probabilità che venga riconosciuto dall'Ordine nazionale dei giornalisti come una delle quattro Scuole nazionali di giornalismo convenzionale per regolare l'accesso alla professione secondo criteri universalistici, di merito e di uguaglianza delle opportunità.

Profilo professionale

Il profilo professionale che questo Corso intende formare ha caratteristiche abbastanza consolidate, ancorché soggette ai continui mutamenti indotti dalle tecnologie e dalle condizioni sociali di esercizio. E' il profilo professionale di un *giornalista polivalente* della carta stampata, della radio e della televisione; un giornalista che lavora in un quotidiano o in un periodico, in una agenzia, in una radio o in una televisione e che ha come compito specifico e prioritario quello di trattare con la materia base del giornalismo: l'informazione d'attualità.

In una fase successiva, una volta che si sia consolidata l'esperienza che con questo primo corso biennale si intende avviare, si può pensare anche alla formazione di profili professionali più specializzati, come ad esempio, quello del giornalismo grafico o come quello del giornalismo politico.

Il profilo professionale del giornalista polivalente ha un prevedibile destino professionale nei quotidiani, nelle agenzie, nei periodici locali, nelle radio e nelle televisioni, con particolare riguardo a tutti quei settori del giornalismo che debbono trattare la cronaca: sia essa la cronaca cittadina e locale sia essa la cronaca nazionale e internazionale. Ciò significa pensare a un profilo professionale che deve operare a contatto con due tipi principali di fonti: le fonti dirette costituite da persone o soggetti sociali avvicinabili direttamente dal giornalista e le agenzie (o banche dati) accessibili via computer.

Obiettivi didattici

Gli obiettivi didattici che questo corso intende perseguire si distinguono da quelli di altre analoghe iniziative perché si propongono di offrire agli allievi un percorso formativo che consenta loro di costruire una professionalità giornalistica piena e completa che sia il risultato di una stretta interdipendenza tra insegnamenti teorico-culturali, insegnamenti tecnico-professionali e pratica giornalistica.

In particolare gli obiettivi didattici si compendiano nell'offerta di una preparazione che comprenda i tre

contenuti analitici della professionalità:

- *la professionalità tecnica*, che si sostanzia nell'apprendimento delle varie tecniche e specializzazioni giornalistiche necessarie alle prestazioni di ruolo;

- *la professionalità redazionale*, che si sostanzia nell'apprendimento delle regole, tacite o esplicite, che governano concretamente il campo della professionalità nell'organizzazione redazionale e nelle routines produttive;

- *la professionalità culturale*, che si sostanzia nell'apprendimento o nell'assimilazione sia di una formazione culturale di base sufficientemente ampia e articolata sia degli strumenti forniti dalle scienze sociali in grado di trasmettere una capacità di lettura del sociale con particolare attenzione al mutamento culturale.

Tali obiettivi didattici saranno perseguiti attraverso il ricorso a vari strumenti e metodologie: innanzitutto la *regia* complessiva del corso volta a instaurare un *clima* favorevole all'apprendimento e poi, l'*interdipendenza* tra i vari tipi di insegnamento, il *taglio operativo* e applicativo delle lezioni, lo stretto rapporto tra lezioni ed esercitazioni, la *pratica giornalistica* da realizzarsi in sede e gli *stages* assistiti e guidati nelle aziende giornalistiche.

2. Stralci dalle Norme e dalle indicazioni attuative

Articolazioni operative del programma didattico

L'attività didattica - destinata a 20 allievi di età inferiore ai 25 anni, sele-

zionati da una Commissione di esami che si insedierà nel mese di settembre dopo che il bando di concorso sarà stato pubblicizzato tra la fine di luglio e i primi di agosto - inizierà non prima della *seconda metà del mese di ottobre*. L'impegno a tempo pieno degli allievi si concretizzerà nel seguire le attività didattiche offerte dalla Scuola per la durata di 24 mesi per un totale di 1.800 ore complessive e di *cinque mesi di stages* presso aziende giornalistiche fino al completamento del programma didattico; in ogni caso in tempo utile per consentire agli allievi, dopo aver superato le prove d'esame per il conseguimento del *Diploma*, di presentarsi alla sessione autunnale degli esami di *idoneità professionale* per l'iscrizione all'Albo dei giornalisti, organizzati a Roma dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti.

Le settimane di attività didattica *in doors* prevedono un tempo pieno di 7 ore giornaliere (8.30-12.30; 14.30-17.30) per cinque giorni (dal lunedì al venerdì). Tale impiego del tempo è da considerarsi il minimo indispensabile; infatti, nei casi in cui uno o più allievi debbano uscire sul campo per raccogliere dati e informazioni, seguire fonti o svolgere inchieste e servizi, l'impegno orario giornaliero è destinato a subire modificazioni sia nel tipo di orario, sia nella quantità delle ore necessarie.

Il programma didattico si articola in *sei tipi* di attività didattiche:

- insegnamenti di base e specialistici, a loro volta distinti in quattro aree disciplinari;
- pratica giornalistica;

- simulazione delle prove per gli esami di idoneità professionale;
- stages periodici in aziende giornalistiche;
- attività culturali collaterali;
- insegnamenti strumentali di lingua inglese e di informatica applicata.

L'architettura del Corso

L'architettura del Corso si struttura in due anni accademici.

Il primo anno comprende:

- 28 settimane effettive di attività didattica *in doors* (sette mesi compresi da ottobre-dicembre; gennaio-marzo; maggio-giugno; settembre-ottobre) pari a 980 ore;
- un mese di stages aziendali suddivisi in due periodi di 2 settimane ciascuno (in aprile e in luglio).

Il secondo anno comprende:

- 24 settimane effettive di attività didattica *in doors* (sei mesi compresi tra ottobre-novembre; febbraio-maggio; settembre) pari a 850 ore;
- 4 mesi di stages aziendali suddivisi in due periodi di 2 mesi ciascuno (in dicembre-gennaio e in giugno-luglio).

Le *attività culturali collaterali* sono aggiuntive al monte ore complessivo di attività didattica vera e propria; esse sono finalizzate a stimolare gli allievi a stabilire contatti e frequentazioni con i temi e i protagonisti della vita economica e politica, sociale e culturale; consisteranno in visite guidate, conferenze, convegni e incontri sia organizzati direttamente dalla Scuola, sia suggeriti dalla Scuola utilizzando le occasioni offerte dall'esterno.

La *simulazione delle prove per gli esami di idoneità professionale*

verrà organizzata in due tornate nel mese di settembre; alla fine del primo anno e alla fine del secondo anno. Al termine del primo trimestre dall'inizio dei corsi il comitato di Direzione della Scuola rilascia un giudizio di merito sulle capacità di profitto dimostrate dagli allievi ammessi, firmato dal Direttore. Tale giudizio è condizione pregiudiziale per il rilascio, da parte del Direttore responsabile delle pubblicazioni edite dalla scuola, della dichiarazione comprovante l'effettivo inizio della pratica, previsto dall'art. 33 della Legge 3-2-1963 n. 59 per l'iscrizione nel registro dei praticanti con decorrenza dall'inizio dei corsi. Periodiche valutazioni sul rendimento e sulla formazione acquisita dagli allievi saranno effettuate dal Comitato di Direzione della Scuola al termine di ciascun ciclo di attività didattica, sentiti i singoli Docenti, anche mediante la somministrazione di prove scritte e orali.

Al termine degli studi la Scuola rilascerà un *Diploma* agli allievi che, dopo aver frequentato con profitto le attività didattiche, avranno discusso con una Commissione un elaborato finale che sarà stato impostato e seguito da uno dei Docenti delle discipline fondamentali. Complessivamente per l'attività di valutazione periodica e di simulazione della prova per gli esami di idoneità professionale saranno impiegate 100 ore, da sottrarsi dal monte ore globale di 1.800 ore.

Gli *stages* aziendali - della durata complessiva di 20 settimane - saranno seguiti dai *tutor* della Scuola e saranno coordinati, nella loro im-

postazione iniziale e nella loro valutazione successiva, dalla Commissione didattica e dal Comitato di Direzione.

Gli *insegnamenti strumentali* di lingua inglese e di informatica applicata (con esercitazioni al PC) saranno impartiti nel corso del primo anno per un totale di 100 ore (50 e 50); quelli di informatica applicata saranno concentrati nei primi due mesi e quelli di inglese si terranno per due ore a settimana a partire dal terzo mese.

Per le altre attività didattiche restano dunque 1.600 ore suddivise in 27 settimane nel primo anno (pari a 133 giorni e a 830 ore) e in 23 settimane nel secondo anno (pari a 115 giorni e a 810 ore).

Le 1.600 ore saranno ripartite nel modo seguente fra le quattro aree disciplinari e l'attività redazionale al servizio delle testate laboratorio della Scuola:

- attività redazionale al servizio delle testate-laboratorio: 600 ore (324 nel primo e 276 nel secondo anno, pari a 4 pomeriggi di 3 ore per ciascuna settimana - dal lunedì al giovedì);
- fondamenti culturali per la professione giornalistica: 100 ore (50 nel primo e 50 nel secondo anno);
- discipline generali per le comunicazioni di massa: 400 ore;
- discipline tecnico-teoriche per la professione giornalistica: 400 ore;
- specializzazioni giornalistiche di base: 100 ore.

Metodologie didattiche

Le attività didattiche si svolgeranno in modo da realizzare una compe-

netrazione tra insegnamenti teorici ed insegnamenti tecnici, tra apprendimento culturale e pratica professionale. Ci si ispirerà al criterio di esporre gli allievi a situazioni comunicative differenziate in modo che essi possano sperimentare sia l'ascolto di stili comunicativi diversi da parte dei docenti, sia differenziate forme di interazione tra loro e con i docenti.

Si alterneranno pertanto:

- lezioni (esposizione del docente seguita da brevi domande di chiarimento);
- seminari (partecipazione diretta di tutti i partecipanti su un tema predisposto in anticipo; esposizione da parte di più persone; discussione; il tutto guidato da un docente);
- esercitazioni (sia nella forma di lettura in piccoli gruppi di testi brevi previamente presentati dal docente seguiti da discussione sia nella forma di lettura critica di vari tipi e generi di media giornalistici e non, a scopi di analisi comparata e decodificata, sia in altre forme possibili);
- laboratori (saranno dei veri e propri laboratori sia quelli costituiti dalle redazioni che avranno il compito di realizzare le testate della Scuola, sia quelli che verranno costruiti ad hoc per realizzare inchieste, sondaggi qualitativi e altre forme di ricerca finalizzata alla produzione di conoscenza giornalistica, per es., per attivare nuove fonti e nuovi temi);
- interventi, testimonianze (per approfondire temi e casi, protagonisti e situazioni saranno invitati testimoni privilegiati che racconteranno le

loro esperienze e i loro punti di vista; questo tipo di esposizione sarà sempre seguito da un'analisi e da una discussione allo scopo di tarare e valutare il *case history* così rappresentato).

Tenendo conto di questa avvertenza metodologica preliminare i corsi saranno impartiti secondo due tagli essenziali.

Un *primo gruppo di corsi* (tutti quelli della prima area ed alcuni di quelli delle altre aree) sarà impartito prevalentemente sotto forma di lezioni e interventi. In particolare saranno impartiti sotto tale forma tutti quei corsi il cui scopo prevalente è quello di informare gli allievi sull'esistenza di una zona del sapere alla quale devono poter accedere in determinate circostanze o in particolari fasi delle loro future attività professionali; lo scopo di tali lezioni e interventi è quello di informare su alcuni aspetti di base e di fornire le chiavi di lettura e una bibliografia che potrà essere percorsa dagli allievi in un secondo tempo.

Un *secondo gruppo di corsi* (quelli fondamentali e caratterizzati dalla Scuola, collocati per lo più nella seconda e nella terza area) sarà impartito ricorrendo a tutte le modalità didattiche e gli stili espositivi sopra elencati.

La suddivisione del monte ora tra le aree e tra i corsi tiene conto di tale distinzione fondamentale. Le denominazioni che figurano negli elenchi dei corsi contenuti nel progetto didattico iniziale subiranno parziali trasformazioni. In particolare:

la *prima area - fondamenti culturali* - comprende quei corsi di base

che vanno a integrare la formazione culturale generale degli allievi; in linea teorica, un buon laureato in Scienze politiche proveniente dal Liceo classico dovrebbe già possedere quel tipo di formazione. In questa area, pertanto, si impartiranno quei corsi che si renderanno necessari in funzione della specifica preparazione degli allievi all'inizio del Corso; ci si concentrerà, su quelle discipline e su quei saperi che risulteranno maggiormente carenti;

la *seconda area - discipline generali* - comprende un primo blocco di corsi caratterizzanti e fondamentali finalizzati alla specifica comprensione e analisi dei meccanismi di funzionamento del mutamento culturale, del campo culturale allargato comprendente le comunicazioni di massa e il giornalismo, le tecniche della ricerca sociale utilizzabili dai giornalisti;

la *terza area - discipline teorico-tecniche* - comprende un secondo blocco di corsi caratterizzanti e fondamentali finalizzati all'esercizio della pratica giornalistica;

la *quarta area - specializzazioni giornaltistiche* - comprende un insieme di corsi a carattere prevalentemente informativo che servono a completare una conoscenza pratica di quelle stesse specializzazioni che sarà, per lo più, appresa nell'ambito dei laboratori giornaltistici attivati dalla scuola.

Corsi fondamentali e caratterizzanti

I corsi fondamentali e caratterizzanti si collocano nella seconda e nella terza area disciplinare:

1. Comunicazione e mutamento culturale (50 ore nel primo anno e 40 nel secondo)

- il campo culturale allargato e le sue logiche in una società democratica di mercato

- storia sociale dei media

- sistemi giornaltistici comparati

- informazione d'attualità e opacità sociale

- i media nella società e la società nei media

- la cultura dei media

- politiche culturali e politiche pubbliche.

2. Scrittura giornaltistica (con prove e correzioni) (50 ore nel primo anno e 40 ore nel secondo)

- linguaggi e lessici

- generi, settori, specializzazioni.

3. Lettura e analisi dell'attualità giornaltistica (quotidiani, settimanali, radio, televisione, televideo)

(una volta la settimana per due ore, per un totale di 95 ore, 54 nel primo anno e 41 nel secondo).

4. La comunicazione televisiva (30 ore nel primo anno e 30 nel secondo):

- stili della comunicazione televisiva
- quadri della comunicazione: i generi

- comunicazione televisiva e rappresentazioni sociali

- campo e raggio degli effetti della comunicazione televisiva.

5. Modelli giornaltistici e modelli professionali in un'ottica storico-comparativa e con particolare riferimento al giornalismo locale (30 ore nel primo anno e 20 nel secondo):

- modelli informativi e stili giornaltistici

- livelli di professionalità e stili di direzione
- generi giornalistici e logiche produttive
- la cultura d'impresa nell'azienda giornalistica
- i processi produttivi; il concetto di notiziabilità e la sua operativizzazione
- l'organizzazione redazionale come organizzazione flessibile; le routines produttive.

6. La cronaca, il cronista e il resoconto di cronaca (45 ore nel primo anno e 40 nel secondo).

7. Il lavoro giornalistico e le sue articolazioni (40 ore nel primo anno e 40 ore nel secondo)

fonti e loro copertura

- i generi
- i settori
- le specializzazioni (orizzontali e verticali).

8. La ricerca sociale (30 ore nel primo anno e 20 nel secondo)

statistica per le scienze sociali

- sondaggi
- ricerca quantitativa e qualitativa.

9. Storia del giornalismo (50 ore nel primo anno).

10. La comunicazione umana dalla dimensione interpersonale alla dimensione di massa (30 ore nel primo anno e 20 nel secondo)

- dinamica degli effetti
- percezione
- persuasione

11. Strategie di comunicazione e comunicazione di massa (30 ore nel primo anno e 20 nel secondo).

12. Marketing e marketing editoriale (30 ore nel secondo anno).

13. La comunicazione politica (30 ore nel secondo anno).

L'attività redazionale

La pratica giornalistica si realizzerà al servizio delle due testate-laboratorio editate dalla Scuola per un totale di 600 ore (per quattro pomeriggi la settimana).

La Scuola editorà due testate:

- un'agenzia quindicinale che verrà inviata alle redazioni toscane e che anticiperà temi che verranno approfonditi nel periodico;

- un periodico bimestrale (cinque numeri l'anno) composti di due parti: una parte a diffusione limitata avente scopi prevalentemente didattici; una parte a diffusione generale, specializzata su temi e fonti non particolarmente coperti dall'informazione esistente (si pensa a due temi: a) la comunicazione intesa nel senso più largo comprensivo anche della comunicazione istituzionale e d'impresa; b) le relazioni internazionali di Firenze e della Toscana).

Sugli stessi temi coperti dal periodico gli allievi saranno invitati a svolgere anche un lavoro giornalistico finalizzato alla produzione di cassette radiofoniche e televisive.

Le specializzazioni giornalistiche di base

L'area delle specializzazioni giornalistiche di base, come indicato nel progetto didattico, verrà trattata prevalentemente nel secondo anno - sotto forma di lezioni e incontri - unitamente ai corsi residui della seconda e della terza area non inclusi

nei corsi fondamentali e precisamente:

- Etica della comunicazione e principi deontologici.
- Legislazione e giurisprudenza in tema di libertà di stampa e diritto dell'informazione.
- Economia dell'azienda giornalistica.

L'avvio delle attività

Fin dall'inizio il gruppo degli allievi verrà familiarizzato con le metodologie del lavoro di gruppo; si costituiranno due sottogruppi stabili per il lavoro redazionale e si organizzeranno numerose esercitazioni per far ruotare gli allievi in piccoli gruppi di 2-3 persone. Nei primi due mesi - tra metà ottobre e metà dicembre - si attiveranno, oltre al lavoro redazionale e al corso di informatica applicata, i seguenti corsi fondamentali della seconda e terza area: 1) Comunicazione e mutamento culturale; 2) Scrittura giornalistica; 3) Lettura e analisi dell'attualità giornalistica; 4) La cultura televisiva; 5) Modelli giornalistici.

Il quadro della ripartizione temporale

Primo anno:

4 settimane di stages

- 50 ore di corsi di base (per es. economia - diritto - scienze politiche)
- 50 ore di lezioni di inglese
- 50 ore di informatica applicata ed esercitazioni al PC
- 200 ore di corsi fondamentali nell'area della comunicazione
- 239 ore di corsi fondamentali nell'area del giornalismo
- 324 ore di attività redazionale nelle testate-laboratorio

- 10 ore di lezioni e incontri nell'area delle specializzazioni giornalistiche
- 50 ore di attività connessa alle simulazioni e alle valutazioni.

Secondo anno:

4 mesi di stages

- 50 ore di corsi di base (per es. demografia - relazioni internazionali - politica comparata)
- 200 ore di corsi fondamentali nell'area della comunicazione
- 161 ore di corsi fondamentali nell'area del giornalismo
- 276 ore di attività redazionale nelle testate-laboratorio
- 90 ore di lezioni e incontri nell'area delle specializzazioni giornalistiche
- 50 ore di attività connessa alle simulazioni e alle valutazioni.

In questa posizione si alterneranno giornalisti, esperti e studiosi in modo da favorire una lettura al plurale dell'attualità.

* Il Corso, progettato da Giovanni Béchelloni e Carlo Sorrentino nel contesto delle attività di formazione promosse dalla Scuola Superiore della comunicazione (Cedicom) e dall'Associazione culturale «il Campo», è stato approvato dalla Giunta della Regione Toscana (maggio 1990) e dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti (luglio 1990), ma non è stato realizzato a causa di un ripensamento in extremis del Consiglio toscano dell'Ordine dei giornalisti che lo aveva, fin dall'inizio, promosso e che avrebbe dovuto gestirlo nel quadro della normativa nazionale elaborata dall'Ordine, in analogia con i corsi realizzati a Bologna e a Urbino sul modello IFG di Milano.

INDICE ANALITICO

Avvertenza

7

CONSIDERAZIONI GENERALI

VERSO IL POST-GIORNALISMO?

Le vie della diversificazione tra localismi e planetarizzazione	13
1. Premessa	13
2. Verso un nuovo giornalismo?	14
La diretta televisiva e il caso CNN (15); La notiziabilità a tutto campo (16); Lo spazio del locale (17); Verso la istituzionalizzazione della formazione (18).	
3. Scenari contrastanti	18
Lo scenario internazionale (18); Lo scenario nazionale (20); Il mondo dei media (21).	
4. Conclusioni	21

PARTE PRIMA

IL CORPO PROFESSIONALE

IL GIORNALISMO: VIA BREVE ALLA MOBILITÀ SOCIALE	25
1. Mille e più di mille	25
2. La provincia recluta	26
3. Il profilo dei newcomers	29

I GIORNALISTI ITALIANI TRA VECCHIE E NUOVE SUBALTERNITÀ

36

1. Premessa	36
2. Termini per i confronti	37
3. Cinque aspetti	37
Accesso e professionalità (38); Comportamento degli editori e poteri dei giornalisti (39); Rapporti con le fonti principali (41); I giornalisti e la politica (42); Spirito e mentalità della categoria (42).	

PARTE SECONDA

LE PISTE DELLA TRASFORMAZIONE

IL SATELLITE E LO STRILLONE

Il ruolo della stampa scritta nell'età dell'immagine	47
1. Due tecnologie, due stili	48

2. Darwin in redazione	52
3. Il mestiere di scrivere	63
4. Miti e miserie del «nostro inviato speciale»	69

LA FORMAZIONE AL GIORNALISMO: IL CASO COLUMBIA 75

1. Giornalisti e Gentiluomini	75
2. Come si insegna alla Columbia	76
3. Video, ergo sum	80
4. Un giornalismo utopico?	82

<i>Appendice</i> . Bozza di programma per una scuola di giornalismo italiana sul modello della Columbia University Graduate School of Journalism	85
--	----

LE CARTE DEI DIRITTI E LE TENSIONI ETICHE 88

1. Voglia di etica	88
2. Le responsabilità sociali dell'impresa giornalistica	90
3. Verso una «riforma dell'informazione»	94

LA DIMENSIONE LOCALE 96

1. Premessa	96
2. «Voglia d'Italia»	97
3. Tra localismo e planetarizzazione	98
4. Conoscere il mondo per capire e controllare ciò che ci circonda	100
5. Un'informazione diversa per una nuova funzione dell'informazione	103
6. Conclusioni	106

PARTE TERZA

LE INIZIATIVE DEGLI ORGANI PROFESSIONALI

L'ORDINE DEI GIORNALISTI E LA FORMAZIONE 111

1. L'ordine professionale	113
2. Le università	119
3. Le scuole aziendali	120
4. Le iniziative private	121
5. Le nuove esperienze europee	122

LE RELAZIONI INDUSTRIALI

Il nuovo contratto di lavoro giornalistico	126
--	-----

DICHIARAZIONE DELLA FIEG 131

DICHIARAZIONE DELLA FNSI 133

APPENDICE

1. Il contratto di lavoro dei giornalisti	139
2. Le Carte dei diritti e dei doveri	171
A. Il Sole-24 Ore (1987)	171
B. Il Manifesto (1989)	172
C. La Repubblica (1989)	175
La Repubblica (1990)	178
D. RAI. Carta dei diritti e dei doveri del giornalista radiotelevisivo del servizio pubblico (1990)	181
E. Arnoldo Mondadori Editore (1990)	185
F. Il caso Videonews - Fininvest (1990)	188
1. Regolamento disciplinare	188
2. Lettera del Comitato di redazione	190
3. La Carta di Treviso	192
4. Sulla formazione	194
A. Relazione della Commissione ministeriale per il corso di laurea in Scienze della comunicazione (stralci)	194
1. Premessa	194
2. Denominazione e struttura del corso di laurea	197
3. Formazione generale comune	198
4. Articolazione in indirizzi	202
5. Elenco degli insegnamenti	204
6. Corsi di diploma collaterali	205
7. Rapporti tra corso di laurea e facoltà	209
8. Istituzione del corso di laurea in nuove sedi	210
9. Modalità di attuazione	212
Corso di laurea (proposta di tabella)	213
Corso di diploma in giornalismo (proposta di tabella)	216
B. Il corso biennale per la formazione al giornalismo promosso a Firenze	218
1. Stralci dal Progetto di fattibilità	218
2. Stralci dalle Norme e dalle indicazioni attuative	220

*Finito di stampare nel Febbraio 1992
dalla Litografia l'Immagine
con il coordinamento tecnico del
Centro Stampa di Città di Castello (Perugia)
Realizzazione grafica Càlamo/R. Cervasio*

Quaderni della Fondazione Adriano Olivetti

1. Bartezzaghi, Della Rocca, *Impresa, gruppi professionali e sindacato nella progettazione delle tecnologie informatiche.*
2. D'Alimonte, Reischauer, Thompson, Ysander, *Finanza pubblica e processo di bilancio nelle democrazie occidentali.*
3. Ciborra, *Organizzazione del lavoro e progettazione dei sistemi informativi.*
4. Giuntella, Zucconi, Fabbrica, Comunità, *Democrazia: Testimonianze su Adriano Olivetti e il Movimento Comunità*
5. Della Rocca, *L'innovazione tecnologica e le relazioni industriali in Italia.*
6. Ciborra, *Gli accordi sulle nuove tecnologie. Casi e problemi di applicazione in Norvegia.*
7. Pisauro, *Programmazione e controllo della spesa pubblica nel Regno Unito.*
8. Perulli, *Modello high tech in USA.*
9. Centro Studi (a cura del), *Le relazioni industriali nella società dell'informazione.*
10. Martini, Osbat, *Per una memoria storica delle comunità locali.*
11. Schneider, *La partecipazione al cambiamento tecnologico.*
12. Bechelloni, *Guida ragionata alle riviste di informatica.*
13. Artoni, Bettinelli, *Povertà e Stato.*
14. Santamaita, *Educazione, Comunità, Sviluppo.*
15. Fabbri, Greco, *La comunità concreta: progetto e immagine.*
16. Fabbri, Pastore, *Architetture per il Terzo Millennio. Una seconda rivoluzione urbana?*
17. Schneider, Schneider, *Les fondations culturelles en Europe.*
18. Bechelloni, Buonanno, *Lavoro intellettuale e cultura informatica.*
19. Celsi, Falvo, *I mercati della notizia.*
20. Luciani, *La finanza americana fra euforia e crisi.*
21. il Campo (a cura de), *La professione giornalistica in Italia. Anno primo 1988-1989.*
22. Sartoris, *Tempo dell'Architettura - Tempo dell'Arte.*
23. Bassanini Ranci, *Non per profitto.*
24. Maglione, Michelsons, Rossi, *Economie locali tra grande e piccola impresa.*
25. Cuzzolaro, Frighi, *Reazioni umane alle catastrofi*
26. D'Amicis, Fulvi, *Conversando con Gino Martinoli.*
27. Fabbri, Pastore, *Architetture per il Terzo Millennio. Ipotesi e tendenze.*
28. Cainarca, Colombo, Mariotti, *Nuove tecnologie ed occupazione.*
29. Solito, *Italia allo sportello.*
30. Losano, *Saggio sui fondamenti tecnologici della democrazia.*
31. il Campo (a cura de), *La professione giornalistica in Italia. Anno secondo 1990-1991.*

