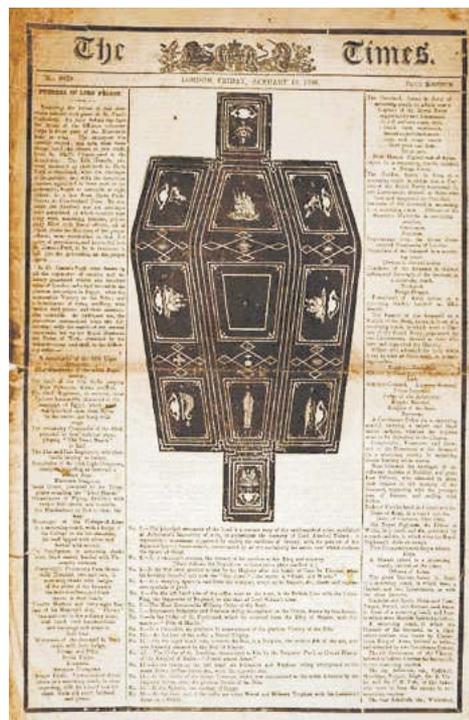
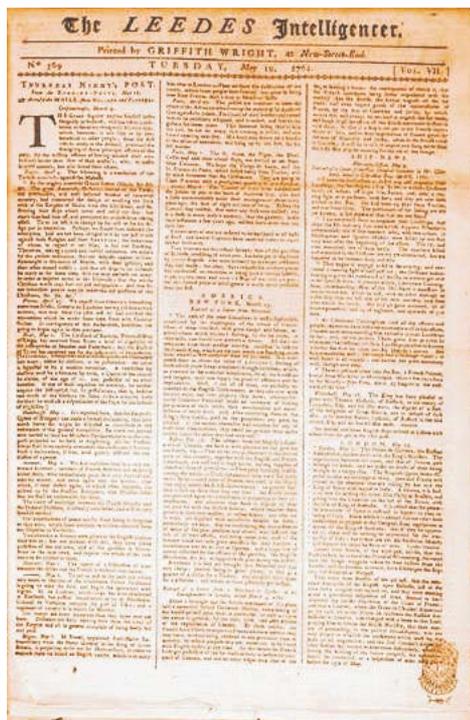
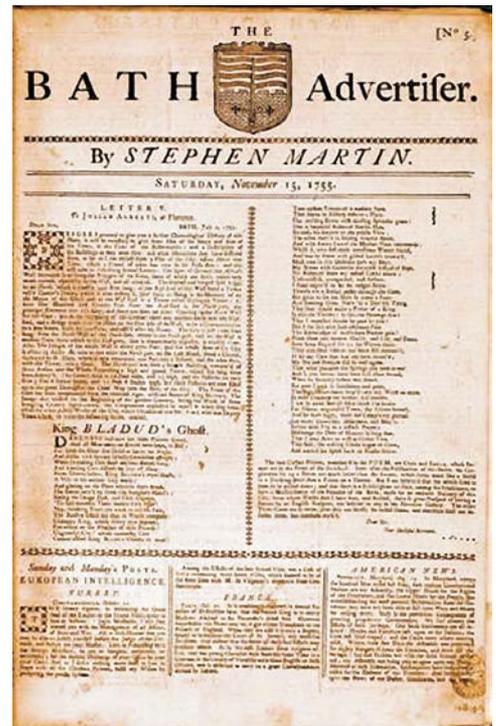


Nel Settecento era, infatti, aumentata la richiesta di un'informazione quotidiana dovuta alla nuova utenza laica, borghese, colta, interessata al dibattito politico e con una buona condizione economica e sociale tale da permettere di dedicare del tempo libero alla lettura. Il problema della distribuzione era centrale. Non è un caso che *The Daily Courant* nacque in concomitanza con l'istituzione di un servizio regolare di posta tra Dover e Londra.

L'Inghilterra si affermò come modello di giornalismo libero e moderno abolendo la pena di morte per chi pubblicava giornali senza l'autorizzazione dello Stato. Qui si misero a punto i primi caratteri e la **grafica** giornalistica: il *Morning Post* propose per primo titoli di diverse dimensioni a seconda dell'importanza dell'articolo. Sempre i giornali inglesi inventarono le rubriche dei lettori, le pubblicazioni di storie dei personaggi del tempo, i sistemi di raccolta delle informazioni. Andava definendosi la **professione** giornalistica e si affermarono i primi inviati e corrispondenti. Graficamente, agli inizi dell'Ottocento molti giornali presentavano un unico modello: quattro pagine con i testi di seguito in colonne.

Questi giornali erano stampati da piccoli editori e venduti tramite abbonamento. Si trattava ancora di un prodotto di élite per via del costo elevato. Per quanto riguarda la pubblicità, l'editore Émile de Girardin fu il primo a dare spazio alle **inserzioni pubblicitarie** sul suo quotidiano *La Presse* nel 1836. L'inserimento della pubblicità permise ai giornali di essere più indipendenti dai finanziatori.

Le nuove tecniche di stampa in rotativa (1847) fecero salire vertiginosamente il numero di copie prodotte, mentre le invenzioni del periodo, come il telegrafo e poi il telefono, fornirono un grande apporto alla professione del giornalista, contribuendo all'affermazione e alla diffusione dei quotidiani.

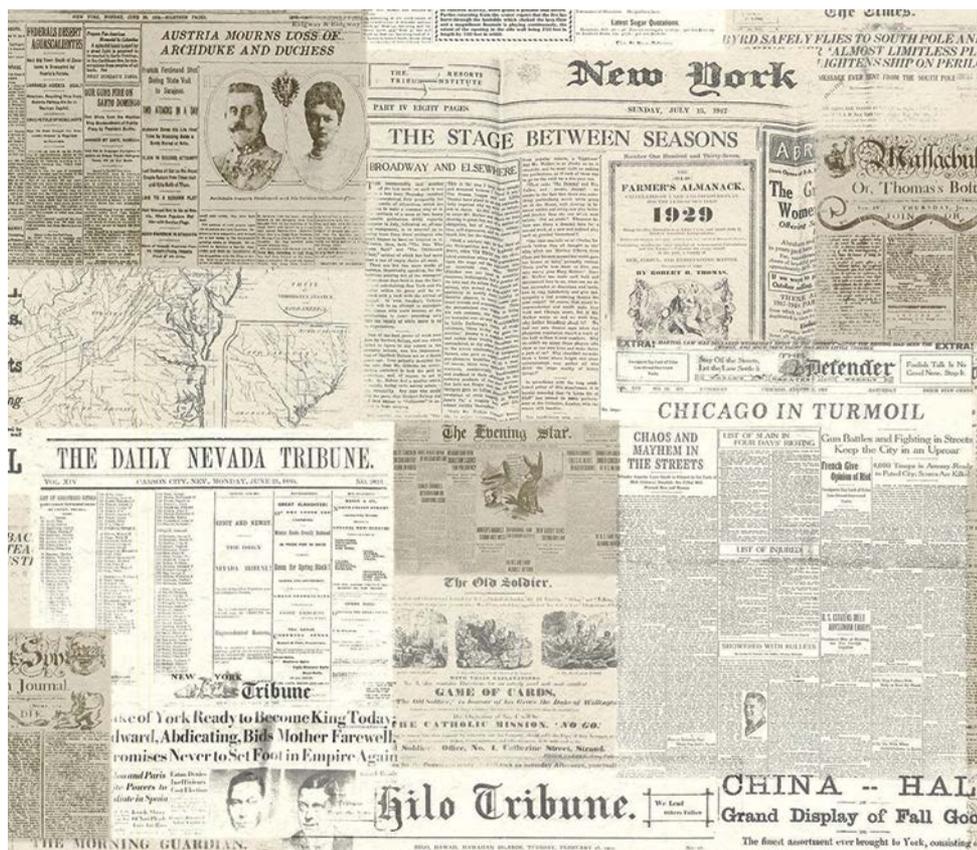


↖ ↗ Giornali inglesi del Settecento.

Intanto, negli Stati Uniti, avveniva una piccola rivoluzione: nel 1830 nacque il *The Penny Press*, un quotidiano venduto dagli strilloni sulle strade, al prezzo popolare di un centesimo di dollaro (penny) e rivolto al cittadino comune, il cui reddito non poteva certo permettere l'acquisto dei giornali dell'epoca, mediamente cinque volte più costosi. L'esempio fu subito imitato e nel giro di dieci anni le testate statunitensi raddoppiarono, passando da 65 a 138. Gli Stati Uniti ottennero così il primato della diffusione dei giornali e anche delle innovazioni del settore.



↑ The Penny Press, giornale statunitense.



↔ Giornali ottocenteschi.

