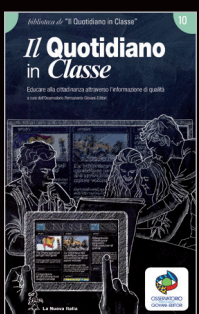
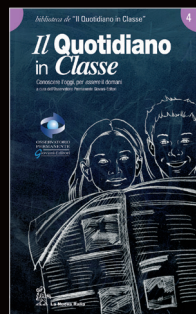
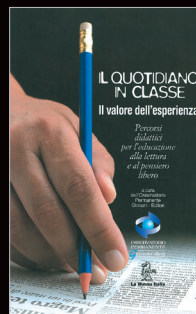


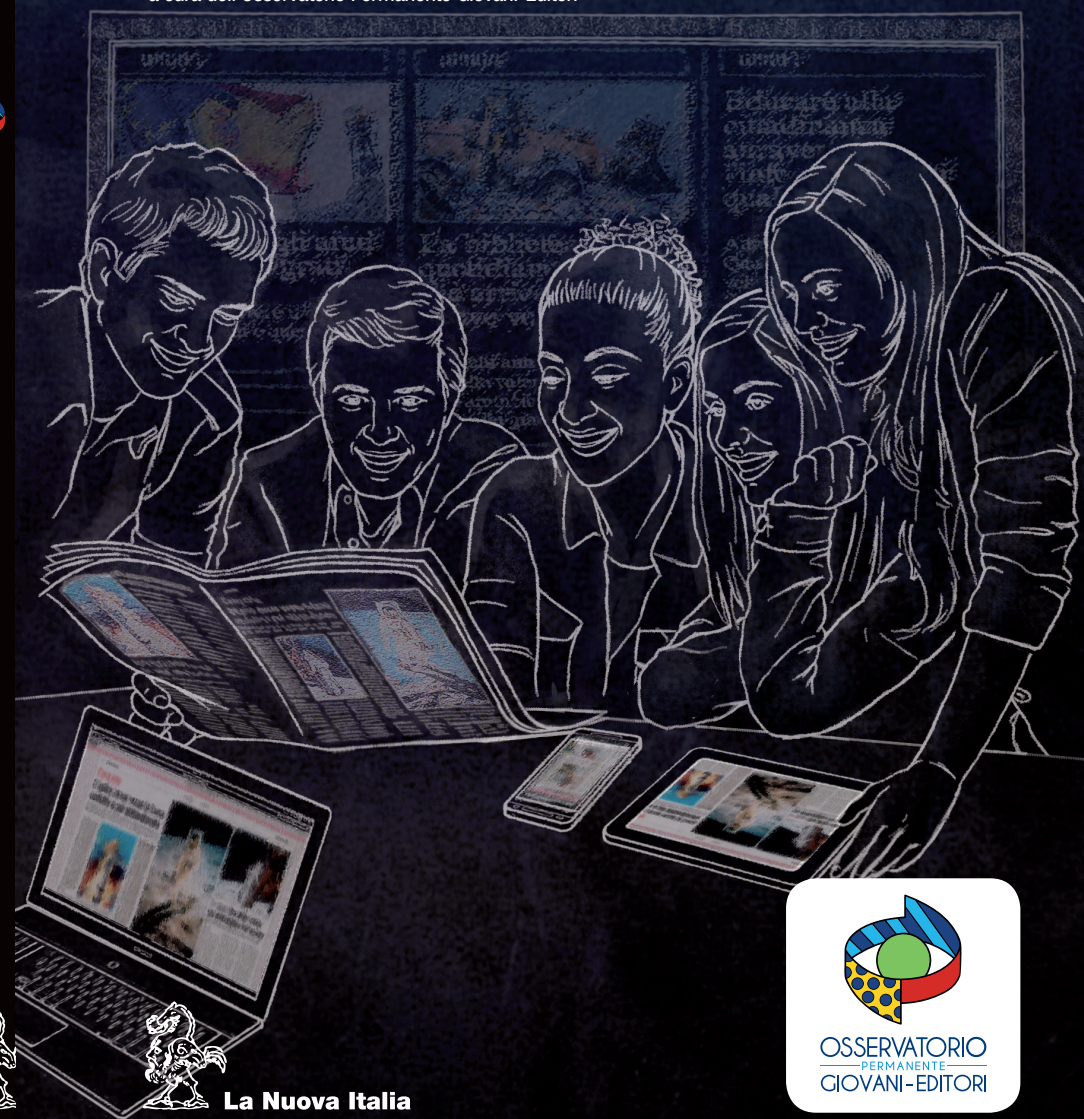
Attraverso la biblioteca de "Il Quotidiano in Classe" abbiamo voluto ripercorrere il cammino fatto negli anni e questo nuovo libro vuole essere un modo per stare vicino a tutti i docenti che partecipano all'iniziativa.



biblioteca de
"Il Quotidiano
in Classe"



a cura dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori



IL QUOTIDIANO IN CLASSE

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori vuole ringraziare l'Associazione *Progetto Città*, il *Corriere della Sera*, *La Nazione*, *Il Giorno*, *Il Resto del Carlino* e *Il Sole 24 Ore* per aver creduto per primi in una sfida dagli alti significati civili e sociali. Per il prezioso sostegno si ringraziano le testate: *l'Adige*, *L'Arena*, *Bresciaoggi*, *La Gazzetta dello Sport*, *La Gazzetta del Sud*, *Gazzetta di Parma*, *Il Gazzettino*, *Il Giornale di Vicenza*, *Il Tempo*, *La Stampa*, *L'Unione Sarda*.

Si ringraziano per i contributi portati alla presente pubblicazione:

Gabriela Jacomella	<i>per la Parte IV</i>
Luca Maestri	Eni
James Murdoch	Maria Vezzoli
	Rai
	Giulio Tosone
<i>per la Parte I</i>	Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo
Piero Cattaneo	Ersilia Menesini
Anna Maria Di Falco	Giovanna Tambasco
Antonio Abate	Benedetta Emanuela Palladino
Gianluigi Sommariva	Annalaura Nocentini
Luigi Marfè	Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia
Michele Aglieri	Carlo Sorrentino
Leonardo Farinelli	UBI Banca
Roberto Lai	Ferrero
Claudio Stedile	Emanuele Cabini
Corrado Peligra	Enel
Andrea Cattelan	Pirelli
Ismail Ali Farah	Piero Cattaneo
Angelo Rovetta	<i>Focus</i>
Roberto Fini	Fondazione Sicilia
Luca Pucci	<i>La Gazzetta dello Sport</i>
	Fondazione Cassa di Risparmio di Torino
<i>per la Parte II</i>	Regione Toscana
Jens Weidmann	Fondazione Cariplo
Klaas Knot	Nuova Banca dell'Etruria e del Lazio
Ignazio Visco	Nuova Cassa di Risparmio di Ferrara
Jean-Claude Trichet	Nuova Cassa di Risparmio di Chieti
	Nuova Banca delle Marche
<i>per la Parte III</i>	
TIM	
Carlo Sorrentino	
Massimo Esposti	
Orsola Riva	
Gianluigi Schiavon	
Luca Tremolada	

© Copyright 2016
by Osservatorio Permanente Giovani-Editori
pubblicato da La Nuova Italia, Rizzoli Libri S.p.A., Milano

Coordinamento editoriale: Osservatorio Permanente Giovani-Editori
Realizzazione dei testi alle pagine 83, 95, 106 e 141: Gabriela Jacomella

Realizzazione: C.D.&V., Firenze
progetto grafico e copertina: Marco Capaccioli
fotocomposizione e impaginazione: C.D.&V., Firenze
Editing: Alessandra Novelli

Stampa: Nova Arti Grafiche, Signa (Firenze)

IL QUOTIDIANO IN CLASSE

*Alla ricerca dell'informazione di qualità, attraverso lo
sviluppo dello spirito critico che rende più liberi*

**a cura
dell'Osservatorio
Permanente
Giovani-Editori**

Si ringraziano per aver sostenuto il progetto "Il Quotidiano in Classe":



Indice

Chi siamo: l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori si presenta	IX
Informazione di qualità: rivoluzione tecnologica e risvolti operativi nel quotidiano. <i>Luca Maestri</i>	1
Comunicazione digitale: una nuova sfida. <i>James Murdoch</i>	3
<i>Parte I</i>	5
Didattica Quotidiana Guidare i docenti in una lezione tipo de "Il Quotidiano in Classe" con i giornali nazionali. <i>Piero Cattaneo</i>	6
<i>Corriere della Sera</i> <i>Anna Maria Di Falco</i>	9
<i>Il Sole 24 Ore</i> <i>Antonio Abate</i>	14
<i>QN Quotidiano Nazionale</i> <i>Gianluigi Sommariva</i>	18
<i>La Stampa</i> <i>Luigi Marfè</i>	21
<i>La Gazzetta dello Sport</i> <i>Michele Aglieri</i>	25
Orientare i docenti in una lezione tipo de "Il Quotidiano in Classe" con un giornale locale. <i>Piero Cattaneo</i>	29

<i>La Nazione</i>	
<i>Gianluigi Sommariva</i>	32
<i>Il Giorno</i>	
<i>Gianluigi Sommariva</i>	36
<i>il Resto del Carlino</i>	
<i>Gianluigi Sommariva</i>	40
<i>Gazzetta di Parma</i>	
<i>Leonardo Farinelli</i>	44
<i>L'Unione Sarda</i>	
<i>Roberto Lai</i>	50
<i>l'Adige</i>	
<i>Claudio Stedile</i>	54
<i>Il Tempo</i>	
<i>Corrado Peligra</i>	58
<i>Il Gazzettino</i>	
<i>Andrea Cattelan</i>	62
<i>L'Arena</i>	
<i>Ismail Ali Farah</i>	69
<i>BresciaOggi</i>	
<i>Angelo Rovetta</i>	72
<i>Il Giornale di Vicenza</i>	
<i>Roberto Fini</i>	74
<i>Gazzetta del Sud</i>	
<i>Luca Pucci</i>	77

Facilitare il lavoro di confronto delle notizie da analizzare in classe, avendo a disposizione un giornale nazionale e uno locale.	
<i>Piero Cattaneo</i>	79

<i>Parte II</i>	
“Young Factor” e la sfida dell’alfabetizzazione economico finanziaria	81

Il ruolo cruciale di un’informazione corretta per la comprensione delle politiche finanziarie.	
<i>Jens Weidmann</i>	85

Il ruolo centrale dell’alfabetizzazione economico finanziaria nel processo di crescita economica di un Paese.	
<i>Klaas Knot</i>	87

Il principio di una ricerca: la pluralità digitale delle informazioni e lo sviluppo di un pensiero critico.	
<i>Ignazio Visco</i>	89

L’importanza di promuovere una corretta alfabetizzazione economico finanziaria.	
<i>Jean-Claude Trichet</i>	91

<i>Parte III</i>	
Web, strumento per unire le comunità	93

La carta d’identità del progetto ilquotidianoinclassa.it	97
---	----

Il portale www.scuolachefarete.it	
<i>Carlo Sorrentino</i>	
<i>TIM</i>	98

La carta d’identità del portale scuolachefarete.it	100
--	-----

“Le competenze digitali come vantaggio competitivo nel mondo del lavoro” <i>Carlo Sorrentino</i>	101
<i>Parte IV</i>	
Iniziative speciali e Concorsi	105
<i>Iniziative speciali</i>	106
Giovani, energia del futuro <i>Eni</i>	108
Scheda “Storia di oggi: il clima cambia in fretta” <i>Maria Vezzoli</i>	109
Educare alla conoscenza del giornalismo televisivo <i>Rai</i>	119
Scheda “Educare al gusto dell’informazione di qualità attraverso il servizio pubblico” <i>Giulio Tosone</i>	120
Superare il cyberbullismo <i>Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo</i>	124
Scheda “Rischi in Rete e cyberbullismo: percorsi di intervento” <i>Ersilia Menesini, Giovanna Tambasco, Benedetta Emanuela Palladino, Annalaura Nocentini</i>	125
Civico 2.0 <i>Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia</i>	130
Scheda “Le diverse forme di condivisione delle informazioni nei media digitali” <i>Carlo Sorrentino</i>	131
Cittadini d’Europa <i>UBI Banca</i>	134
Educare all’informazione in ambito alimentare <i>Ferrero</i>	135
Scheda “Il ruolo dell’informazione nell’ambito alimentare e del benessere” <i>Emanuele Cabini</i>	136
<i>Concorsi</i>	141
Le 5 E dell’energia <i>Enel</i>	143
Scheda “Il sistema energetico sta cambiando” <i>Maria Vezzoli</i>	144
Il talento? Questione di CL@SSE <i>Pirelli</i>	150
Scheda “Il talento? Questione di CL@SSE” <i>Piero Cattaneo</i>	151
FOCUScuola: redazioni di classe <i>Focus</i>	159
La Cultura dello sport: imparare, pensare, vivere SportivaMente <i>Fondazione Sicilia e La Gazzetta dello Sport</i>	160

Allenamenti quotidiani: intervistando s'impara <i>Fondazione Cassa di Risparmio di Torino</i>	162
Ambient'AMO – Percorsi di educazione ambientale <i>Regione Toscana</i>	163
Tutto per te! <i>Fondazione Cariplo</i>	164
Il risparmio e il bilancio familiare <i>Nuova Banca dell'Etruria e del Lazio, Nuova Cassa di Risparmio di Ferrara, Nuova Cassa di Risparmio di Chieti e Nuova Banca delle Marche</i>	165

Chi siamo: l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori si presenta

Un popolo di poeti, santi, navigatori. Soprattutto in Rete: su sessantadue milioni di italiani, oltre trentasei hanno almeno un *account* attivo su un *social network*. E nel *mare magnum* di Internet, le notizie si muovono rapide e scintillanti come branchi di pesci colorati: lanciate in acqua dalle ammiraglie dei grandi quotidiani, trasportate in tutto il pianeta dalla corrente di Twitter e di Facebook, fanno capolino sulle prime pagine in edicola come dagli schermi dei telefonini.

L'era digitale è anche e soprattutto l'età dell'informazione diffusa e accessibile. Politica e società, esteri ed economia, sport e spettacoli, cultura, approfondimenti, *reportage*, opinioni. Cambia il mezzo, non il contenuto: informazione di qualità, sulla carta come sugli schermi dei computer, dei *tablet*, degli *smartphones*.

Notizie come strumenti di comprensione e di interpretazione del mondo che ci circonda. Notizie per capire quello che accade, per scoprire realtà che ci erano ignote, per avvicinarci a nuove esperienze, per superare diffidenze e pregiudizi. Per sviluppare, soprattutto, quella che è l'arma fondamentale e irrinunciabile di un cittadino consapevole e partecipe: lo spirito critico.

Nell'era dell'informazione ininterrotta e onnipresente, la scuola rappresenta, oggi più di ieri, un punto di riferimento fondamentale, il luogo in cui si forma e viene coltivato il senso civico di quelli che diventeranno i cittadini del futuro. Gli insegnanti di oggi si trovano a gestire una generazione che tutto sa (o sembra sapere), ma alla quale troppo spesso mancano gli strumenti per discernere il vero dal falso, la notizia dal pettegolezzo, i fatti dalle dicerie.

In questo oceano di informazione indifferenziata, la nuova sfida diventa la qualità. Ed è questo, oggi, uno degli obiettivi chiave del progetto "Il Quotidiano in Classe". Un progetto unico nel suo genere, che nei suoi sedici anni di vita è riuscito a invertire una tendenza drammatica: quella che, tra il 1975 e il 2000, aveva visto la scomparsa, in Italia, di oltre un milione di lettori di quotidiani. La visione con-

divisa dai giovani allora radunati nel movimento fiorentino *Progetto Città* era molto semplice: la lettura critica dei giornali come strumento di formazione dei cittadini del futuro. Nacque così l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori e, nell'anno scolastico 2000-2001, la prima edizione de "Il Quotidiano in Classe".

A sostenerlo, da subito e con entusiasmo, l'editoria italiana: il gruppo RCS (*Corriere della Sera*) e la Poligrafici Editoriale (*Il Resto del Carlino*, *La Nazione*, *Il Giorno*), immediatamente affiancati dal gruppo *Sole 24 Ore*. Negli anni successivi, il gruppo si è allargato grazie alla partecipazione dell' *Unione Sarda*, *l'Adige*, *La Stampa*, la *Gazzetta di Parma*, *Il Gazzettino*, *Il Giornale di Vicenza*, *L'Arena*, *BresciaOggi*, *Il Tempo*, *Gazzetta del Sud* e *La Gazzetta dello Sport*. E, dal 2004, anche il sistema delle Fondazioni di origine bancaria (a livello nazionale con l'Acri – l'associazione che riunisce Fondazioni e Casse di Risparmio – e a livello territoriale) è della partita.

L'idea di partenza, semplice ma efficace, è quella di un appuntamento settimanale, sotto la guida e con la collaborazione dei docenti che scelgono di aderire al progetto, per stimolare gli studenti delle scuole secondarie superiori italiane alla lettura critica di più giornali. E se è vero che un'idea vincente non si cambia, gli obiettivi si sono ampliati ed evoluti di pari passo con la realtà che ci circonda.

"Il Quotidiano in Classe" si è da tempo esteso oltre i margini della pagina stampata. Se il giornale "di carta" resta strumento essenziale di analisi del presente, conoscenza del passato, proiezione nei futuri possibili, altrettanto fondamentali sono le sue declinazioni ed espansioni digitali. Accomunati dallo stesso sigillo di qualità, l'unico a poter fare la differenza tra notizie attendibili e mala informazione. Ed è in questa analisi delle notizie, pescate nel mare senza confini della Rete, che proverà ad accompagnarvi il libro che avete in mano. Per formare insieme lo spirito critico e democratico degli italiani di domani, sempre più digitali e sempre meglio informati sul mondo in cui vivono e che, un giorno non lontano, saranno chiamati a costruire.

Informazione di qualità: rivoluzione tecnologica e risvolti operativi nel quotidiano

di Luca Maestri
Chief Financial Officer di Apple

Quando ho preso parte per la prima volta all'iniziativa de "Il Quotidiano in Classe", con un faccia a faccia a Firenze con i ragazzi che aderiscono al progetto, sono rimasto stupito in particolare da una cosa: la qualità altissima delle domande che i partecipanti mi hanno posto. Questo mi ha fatto riflettere su quanto le nuove generazioni siano, di fatto, molto più sveglie della nostra e abbiano una capacità di ragionare e uno spessore che noi non avevamo. Alla loro età, certe domande noi non saremmo mai stati in grado di farle.

Con la tecnologia, i ragazzi di oggi hanno accesso a informazioni e conoscenze che per noi semplicemente non esistevano. E in fondo è ovvio: noi per rispondere a un interrogativo potevamo soltanto rivolgerci alla biblioteca, alle enciclopedie, mentre loro hanno tutta la Rete a disposizione. A volte, lo confesso, mi chiedo come riescano a processare tutte queste informazioni; è una sovrabbondanza di conoscenza che rischia di lasciare confusi. Per questo motivo ritengo che quello che fa l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori abbia un valore inestimabile. Tramite progetti di questo tipo si è stimolati non solo a leggere, ma soprattutto a interpretare quello che si è letto.

Non mi stancherò mai di ribadire l'importanza assoluta dello spirito critico nell'interpretare le informazioni che si hanno a disposizione. L'industria dell'editoria gioca, in questo senso, un ruolo fondamentale. Ed è importantissimo che essa si impegni a riprendere il controllo dell'informazione, sempre più travolta dal moltiplicarsi di notizie gratuite e "bufale" *online*. In fondo, è un po' quello che è successo nel campo della musica: la maggioranza degli utenti oggi la fruisce su YouTube, e i musicisti hanno perso il controllo della loro stessa produzione. Io ritengo che nel caso dell'editoria, ci siano due vie da percorrere: una maggiore cura dell'informazione prodotta, e un *pay wall* dietro cui collocare i contenuti. Un certo tipo di informazione di qualità non può essere gratuita. Bisogna poi capire come presentarsi nei confronti dei giovani e in

questo senso sarebbe fondamentale che venissero creati più programmi sul modello de "Il Quotidiano in Classe".

La domanda fondamentale è molto semplice: come possiamo fare in modo che la qualità prevalga? In questo senso, Apple può essere un esempio valido: noi ci scontriamo tutti i giorni con prodotti che costano meno del nostro, ma preferiamo la qualità. Certo avremo una quota di mercato più bassa, ma i nostri profitti saranno del 100%. L'editoria deve spostarsi su un modello simile. Magari le vendite caleranno, ma ci sarà più gente disposta a pagare per i contenuti.

L'azienda per cui lavoro è un esempio anche di come la vita lavorativa (e non solo) sia cambiata nel contesto della globalizzazione. In Italia si parla spesso di fuga dei cervelli. Ebbene, io ritengo che non si tratti di una fuga, bensì di una scelta che oggi è possibile, mentre ieri non lo era, perlomeno non a questi livelli. Io me ne sono andato perché volevo scoprire il mondo, conoscere altre culture. E altri lo hanno fatto sull'onda degli stessi desideri. In molti, poi, tornano a casa, e lo fanno anche per spirito di patria. Nella stessa Silicon Valley ci sono tantissimi italiani che lavorano attivamente per aiutare le aziende italiane a sviluppare i loro prodotti e portarli negli Stati Uniti.

I percorsi professionali, oggi, sono diventati molto mobili. Si inizia presto, con gli stage che in America chiamano *internship*. Alla Apple si può fare domanda *online*, e noi facciamo venire persone da moltissimi Paesi perché provino a lavorare nella nostra azienda, nei settori più disparati: se studi ingegneria, ci sono posti legati ad *hardware*, *software*, servizi; se sei avvocato, ci sono posizioni aperte nel nostro ufficio legale, e così via. La grande fortuna, ancora una volta, è che oggi è molto più semplice fare una domanda di questo tipo rispetto a trent'anni fa. Noi non sapevamo assolutamente come fare, oggi invece è tutto *online*.

Ai ragazzi di oggi mi sento di dare un consiglio che vale per tutto quello che affronteranno nella vita: dovete trovare il modo di alzarvi la mattina e andare a fare quello che vi interessa. Uno dei fattori più determinanti per la vostra vita è la decisione strategica di stabilire qual è la cosa che appassiona. Sarà questo, unito a passione e spirito di sacrificio, uno dei segreti per il vostro successo.

Comunicazione digitale: una nuova sfida

di James Murdoch

Chief Executive Officer di 21 Century Fox

Ciò che l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori sta facendo è, oggi, più importante che mai. Perché in un tempo popolato da così tante fonti di informazione, con una pluralità accentuata di voci, è cruciale comprendere al meglio il mondo in cui viviamo, la politica, le scienze, i media. Un tipo di conoscenza che spesso, in un normale percorso educativo, va perduta.

Nelle nuove generazioni, c'è chi non capisce cosa gli stia accadendo intorno, e non ha sviluppato un senso critico sufficiente per interrogarsi su ciò che legge e vede, per comprendere che le fonti non sono tutte uguali, per formarsi un'opinione indipendente. Per questo ritengo che il lavoro dell'Osservatorio sia incredibile, e vorrei che ci fossero più realtà di questo tipo.

Oggi, nel campo dei media, tutto ciò che facciamo e distribuiamo è digitale: è il modo più efficiente per distribuire contenuti, tramite cellulari, *social network*, siti web. In un quotidiano di carta, il direttore è da sempre la mente che presiede tutto il processo, che decide cosa è interessante, cosa è di qualità, cosa vada stampato e cosa no. Nell'universo dell'informazione digitale, invece, questa responsabilità ricade più sul lettore e sullo spettatore. Questo è un cambiamento radicale, che non possiamo sottovalutare e anzi dobbiamo abbracciare. C'è però un rischio da tener presente: in un ambiente con tanta libertà di scelta, spesso finiamo per limitarci a ciò che riteniamo interessante per noi, scartando il resto. In questo modo perdiamo la possibilità di imbatterci in una notizia in maniera inaspettata e casuale, scoprendo cose nuove da cui essere sorpresi.

Resta comunque innegabile che la fonte primaria di accesso all'informazione sia ormai il digitale. I "marchi" autentici, di cui il lettore si fida, possono avere successo anche in questo campo, ma allo stesso tempo ci saranno molte altre fonti di informazione che non saranno in grado di sopravvivere a questa transizione. L'Osservatorio sta imprimendo nelle nuove generazioni l'abitudine a essere critici,

e a interrogare in profondità le fonti di informazione. Per questo motivo, nessuno può più ritenere di essere in automatico “la fonte più autorevole”: questo è un riconoscimento che d’ora in avanti, nel nuovo mondo digitale, andrà guadagnato sul campo, giorno per giorno.

Il cambiamento è qui, e tornare indietro sarebbe impossibile. Personalmente, come tanti altri insieme a me, non vorrei neppure farlo: le possibilità che ci vengono offerte sono incredibili. I *social media*, la stessa idea che siamo tutti connessi in una comunità globale, sono un concetto potente e un mezzo incredibile per la disseminazione di notizie. La sfida che rappresentano per il giornalismo di qualità non va sottovalutata: siamo travolti da un bombardamento di informazioni, una quantità incredibile di dati che piovono su di noi attraverso i cellulari e i computer. Ma questa è la realtà dei fatti, e non cambierà solo perché non ci piace.

Dobbiamo, ancora una volta, saperne trarre vantaggio, sia come utenti che come produttori di notizie. E il vantaggio è la pressione che questo bombardamento costante esercita sulla qualità dell’informazione, sulla sua autenticità. Le storie dovranno essere sempre più particolari, sempre più autentiche. L’idea che le nuove generazioni non cerchino l’approfondimento è una falsità propugnata dalle vecchie generazioni, che non sono in grado di capire realmente quanto accade sui *social media*, e vorrebbero solo fare un passo indietro nel tempo. La verità è diversa: alcuni *brand* che nel passato erano ritenuti garanti di qualità non sono più tali per i giovani. Negli Usa, i teenager non leggono i siti del *New York Times* o del *Wall Street Journal*, ma guardano documentari lunghissimi sull’Ucraina o altri luoghi lontani, prodotti da Vice e altri media. La lezione da imparare, ancora una volta, è che qualità e autenticità vincono. Oggi le persone non sono più interessate a farsi fare la lezioncina da dietro la scrivania di un Tg: vogliono più empatia, vogliono essere coinvolti da una storia raccontata da una prospettiva diversa. È questa la sfida da raccogliere. Ed è una competizione per la qualità che dovremmo essere felici di affrontare, perché ci potrà solo rendere migliori.

Parte I

“Didattica Quotidiana”

Scheda

Guidare i docenti in una lezione tipo de “Il Quotidiano in Classe” con i giornali nazionali.

di Piero Cattaneo

Docente a contratto presso Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e Piacenza e Coordinatore didattico dei licei presso l'Istituto Sociale di Torino

La scheda didattica, finalizzata a orientare i docenti in una lezione tipo de “Il Quotidiano in Classe”, con riferimento a giornali nazionali, si articola nei seguenti punti che rappresentano le fasi ritenute necessarie per sviluppare negli allievi uno spirito critico e per fare acquisire le competenze per ricercare informazioni di qualità:

1. Scelta di un tema o di un argomento per stimolare gli allievi alla lettura del quotidiano, al confronto su quanto da loro letto, all'uso delle loro conoscenze, abilità e competenze per interpretare concretamente e criticamente quanto riportato dal quotidiano (editoriale, inchiesta, intervista, *reportage* ecc.).
2. Coinvolgimento degli allievi nella scelta del tema e/o argomento, sulla base di criteri proposti dal docente o dagli studenti stessi.
3. Analisi del testo dell'articolo scelto a seguito della lettura per cogliere gli elementi caratterizzanti e le tesi riportate dall'autore.
4. Ricerca di altre fonti per confermare e/o confutare quanto proposto nell'articolo scelto.
5. Verificabilità e attendibilità delle informazioni pubblicate dal quotidiano scelto.

Ciascuno dei cinque punti viene ora descritto in modo analitico e dettagliato per contribuire, sul piano metodologico e didattico, al raggiungimento degli obiettivi stabiliti.

1. Scelta di un tema o di un argomento presente nelle Indicazioni Nazionali pubblicate nel 2010 (DPR n. 87-88-89) per le scuole secondarie di secondo grado o di grande impatto sull'opinione pubblica (in particolare sui giovani):
 - a. Indicare il tema o l'argomento (disciplinare e/o pluridisciplinare o interdisciplinare); collegamenti con problematiche e/o eventi attuali; rilevanza degli argomenti o del tema nell'ambito delle Indicazioni Nazionali in relazione all'indirizzo di studi: licei, tecnici, professionali, ed anche agli specifici corsi di studio all'interno dei vari indirizzi (per es. licei: classico, scientifico, musicale e coreutico, linguistico, scienze umane, scienze applicate ecc.).
 - b. Definire i criteri di scelta del tema o dell'argomento in funzione della ricerca dell'informazione di qualità: rilevanza culturale e sociale del tema/argomento; rilevanza didattica; rapporto del tema e dell'argomento con il profilo formativo o con il profilo educativo culturale e professionale previsto e da garantire da parte della scuola alla conclusione del corso di studi frequentato dai ragazzi; rilevanza del tema e/o argomento per il momento storico considerato e per il futuro (con riferimento ai vari campi di azione dell'uomo: politico, economico, artistico, sociale, professionale, volontariato, tecnologico, scientifico, sanitario, servizi sociali ecc.); rilevanza del tema o dell'argomento per lo sviluppo delle

- dimensioni cognitive, affettive, relazionali, motorie, etiche, estetiche, religiose e valoriali.
- c. Riconoscere la rilevanza nazionale e/o internazionale del tema e/o dell'argomento scelto. Nell'era della globalizzazione e dello sviluppo delle tecnologie dell'informazione, la "dimensione" del tema o dell'argomento è strettamente collegata a eventi e/o accadimenti che interessano i giornali nazionali e/o internazionali, sia cartacei che multimediali. La concorrenza, a questo riguardo, tra i vari tipi di giornali è sempre più forte, ma i quotidiani hanno il compito degli approfondimenti delle notizie lanciate dalla rete Internet o dai *social network*.
2. La scelta potrà essere fatta dal docente su sua proposta, motivandola e informando i ragazzi sul senso e sul significato del tema o argomento proposto nel percorso di formazione in atto.
- Diversamente il docente potrebbe coinvolgere gli studenti in un confronto-dibattito su varie tematiche e cogliere quella o quelle che risultino più coinvolgenti per gli allievi, sia per gli aspetti culturali e/o professionali, che per le emozioni che suscitano negli allievi nel momento in cui le si affrontano in classe, in gruppi, o nei momenti informali.
- Il docente o i docenti (nel caso in cui l'iniziativa venisse promossa dal Consiglio di classe e/o da più docenti) ovviamente sono impegnati a organizzare momenti di confronto tra gli allievi per la scelta del tema/argomento, fissando anche dei limiti di tempo per la presa di decisioni.
3. L'analisi del tema-argomento per individuarne i punti nodali, gli aspetti che si intendono conoscere ed approfondire, le dimensioni da considerare, i punti di vista con cui condurre l'analisi del tema e/o dell'argomento. I riferimenti a testi, opere, autori, correnti di pensiero, eventi, precedenti accadimenti che siano in rapporto con la rilevanza dell'argomento a tema scelto.
- Questa fase potrebbe essere facilitata dalla redazione di uno schema o dalla redazione per punti da considerare nell'analisi dell'argomento-tema (ad esempio: nodi tematici o problematici; collocazione temporale o attualizzazione del tema; personaggi nazionali e/o internazionali coinvolti nello sviluppo dell'argomento considerato; ricerca di precedenti fasi di sviluppo del tema nel tempo ecc.).
4. La selezione delle fonti giornalistiche (quotidiano nazionale); cause e motivazioni di fondo esplicitate dal giornale per il tema o l'argomento di cui si occupa o si sta da tempo occupando; cause o motivazioni implicite; ricerca degli articoli che si sono occupati del tema-argomento preso in esame, confronto tra gli articoli per cogliere eventuali sinergie, coincidenze e/o divergenze; analisi e studio degli sviluppi del tema nel tempo: attenzione da parte dei giornalisti in relazione all'interesse dei lettori oppure all'abbandono della notizia; presa di posizione del giornale in relazione al tema o all'argomento trattato; presentazione di posizioni culturali fondate su punti di vista e/o presupposti differenti; la ricchezza o meno del dibattito a livello di opinione pubblica a seguito delle informazioni pubblicate dal quotidiano.
5. Verificabilità e attendibilità delle informazioni pubblicate dal quotidiano.
- Il quotidiano affronta il tema attraverso varie tipologie di articoli: l'editoriale, l'intervista, l'inchiesta, il *reportage*, il servizio di cronaca, ecc.

La collocazione dell'informazione nelle varie parti del giornale sta a significare il peso dell'informazione, la sua importanza rispetto all'attualità e al grado di approfondimento e di attenzione posta dal giornale alla informazione stessa.

L'autore o gli autori dei vari articoli che possono assumere forme differenti, come sopra indicato, acquistano rilevanza per i lettori che spesso scelgono le informazioni proprio sulla base dell'autore o degli autori delle inchieste o degli editoriali o del *reportage*.

Ci sono giornalisti che si sono affermati con i risultati delle loro inchieste.

Spesso gli articoli riportati dal giornale hanno sviluppi successivi e danno origine a testi o a indagini radio-televisive.

Quindi la selezione delle informazioni da parte degli allievi può avvenire anche sulla base della notorietà del giornalista che ha condotto inchieste o le scelte editoriali che hanno avuto vasta eco nell'opinione pubblica nazionale e/o internazionale. Il quotidiano pubblica spesso interviste ad autorevoli esponenti del mondo politico, delle cultura, della scienza e di altri settori dell'attività umana che danno contributi importanti per la comprensione di fenomeni, fatti, eventi.

Non bisogna dimenticare che nella storia dei vari quotidiani ci possono essere stati anche episodi non molto esaltanti sul piano dell'affidabilità delle informazioni pubblicate. Ci sono stati clamorosi errori che hanno messo a rischio l'attendibilità delle informazioni riportate dal quotidiano, recuperate spesso solo a seguito di interviste, di ritrattazioni e di scuse verso i lettori. Questi elementi permettono agli allievi di valutare in modo critico la correttezza del giornale anche di fronte a errori clamorosi.

Scheda

Corriere della Sera

di Anna Maria Di Falco

Dirigente scolastico del Liceo "G. Turrisi Colonna" di Catania

■ La nascita del *Corriere della Sera*

Il *Corriere della Sera*, storico quotidiano italiano, è stato fondato a Milano il 5 marzo 1876 da Eugenio Torelli Viollier e da Riccardo Pavesi, rispettivamente direttore ed editore del giornale *La Lombardia*. Il primo numero, di quattro pagine, esce la sera del 5 marzo e porta la data del 5-6 marzo per consentire al giornale la validità anche della mattina successiva. La sua prima sede è nella Galleria Vittorio Emanuele e la redazione è formata dal direttore, da tre redattori e da quattro operai. Nel 1904 il *Corriere* si trasferisce nel luogo attuale, in un palazzo costruito appositamente da Luca Beltrami.

Le motivazioni della pubblicazione del *Corriere* sono esplicitate nell'articolo di fondo del primo numero: «Noi siamo conservatori. Un tempo non sarebbe stato politico, per un giornale, principiar così. Il Pungolo non osava confessarsi conservatore. Esprimeva il concetto chiuso in questa parola con una perifrasi. Ora dice apertamente: "Siamo moderati, siamo conservatori". Anche noi siamo conservatori e moderati. Conservatori prima, moderati poi. Vogliamo conservare la Dinastia e lo Statuto; perché hanno dato all'Italia l'indipendenza, l'unità, la libertà, l'ordine[...]».

■ La distribuzione e l'aspetto grafico con Eugenio Torelli Viollier

Alla sua nascita il *Corriere*, di quattro pagine, è stampato in tremila copie e costa cinque centesimi, se venduto a Milano, sette centesimi se venduto fuori dalla città, e porta una doppia datazione (che conserva fino al 1902) del giorno in cui esso esce, nel pomeriggio, e del giorno dopo. Due anni dopo la sua nascita, nel 1878, il *Corriere* fa registrare un notevole aumento della tiratura delle copie grazie alla lungimiranza del suo direttore Eugenio Torelli Viollier che cavalca a lungo la notizia della scomparsa del re Vittorio Emanuele II. Negli anni successivi il quotidiano ha un incremento sempre crescente perché riesce a intuire i cambiamenti economici che stanno avvenendo a Milano e nel nord e i nuovi bisogni sociali di un ceto emergente costituito da industriali, imprenditori, commercianti. A meno di dieci anni dalla sua nascita il *Corriere*, nel 1885, conta su una tiratura di circa venticinquemila copie giornaliere. Negli anni successivi la tiratura continua sempre ad aumentare fino ad attestarsi nel 1906 a centocinquantomila copie. L'incremento delle vendite è direttamente proporzionale alla influenza politica e morale del giornale e alla pubblicità derivata dal numero e dalla qualità dei lettori.

Già dalla seconda metà degli anni Ottanta il *Corriere*, sempre di quattro colonne, si arricchisce oltre che di una rubrica letteraria, anche della *Cronaca dalle grandi città*, realizzata dagli inviati nelle principali città italiane, di una rubrica di economia domestica, *La vita*, di una rubrica, denominata *La legge*, che interagisce con i lettori e ospita un romanzo d'appendice a puntate.

L'ingresso di Benigno Crespi in qualità di proprietario e finanziatore consente, con l'acquisto di una seconda macchina rotativa, un aumento della tiratura delle copie e

porta ad assumere nuovi redattori, fino a sedici unità: tra essi vi è pure il criminologo Cesare Lombroso. Il direttore Torelli Viollier introduce l'articolo di risvolto, un articolo letterario nella quinta colonna che continua nella prima colonna della seconda pagina.

■ Il cambiamento di impostazione con Luigi Albertini

Luigi Albertini, direttore del *Corriere* dal 1900 al 1921, ben presto mette in luce le sue doti organizzative e le sue competenze in ambito economico, ma soprattutto la sua ambizione personale. Già pochi anni dopo, nel 1900, divenuto socio di minoranza del *Corriere*, riesce a estromettere Domenico Oliva, succeduto a Torelli nel 1898, e a prendere la direzione del quotidiano.

Con Albertini il *Corriere* si rinnova dal punto di vista tecnico ed editoriale, con l'apertura di nuove sedi in Europa, la promozione di grandi inchieste, la nascita del reportage di viaggio, con articoli di avvenimenti e modi di vivere di Paesi anche lontani, arricchiti da disegni. Albertini impreziosisce, inoltre, il quotidiano delle firme illustri di poeti e scrittori, da Pirandello a D'Annunzio, da Benedetto Croce, a Giuseppe Antonio Borgese, da Grazia Deledda, ad Ada Negri, e introduce due supplementi, *La Lettura* (senza interruzioni dal 1910 al 1945 e poi fino al 1952 con una formula diversa) e *Il Romanzo Mensile*, e lancia nel 1899 *La Domenica del Corriere* e nel 1908 *Il Corriere dei Piccoli*. Si interessa di cronaca rosa e di avvenimenti sportivi, in modo da riuscire a raggiungere un numero sempre più vasto di lettori.

Il *Corriere*, che nel 1904 inaugura la sua nuova sede in via Solferino e aumenta il numero delle pagine prima a sei e dopo a otto, cresce vertiginosamente nella tiratura delle copie che raggiunge nel 1920 le seicentomila copie, anche per l'interesse continuo dei lettori sugli avvenimenti della prima guerra mondiale. La sua linea editoriale si pone in forte contrasto con la politica di Giovanni Giolitti, che sostiene la Campagna di Libia, è un acceso sostenitore dell'interventismo italiano nella prima guerra mondiale e nella Questione Meridionale è un tenace rivale di Gaetano Salvemini.

Nel 1921 Luigi Albertini, designato membro della missione italiana alla Conferenza sul disarmo negli armamenti navali di Washington, cede formalmente la direzione al fratello Alberto. Il regime fascista, dal 1922 al potere, non perdona al *Corriere* la sua indipendenza politica e di fronte al diniego di Albertini, contattato personalmente da Benito Mussolini, di rendere neutrale la linea del quotidiano, ordina la chiusura della tipografia. Ma è dopo il delitto di Giacomo Matteotti, avvenuto nel 1924, che il *Corriere* fa sentire più forte la sua voce contro il regime e, nonostante le centinaia di copie sequestrate in diverse regioni d'Italia, la tiratura del giornale raggiunge le ottocentomila unità giornaliere con punte di un milione di copie la domenica.

Il 28 novembre 1925 il regime fascista riesce a cacciare Luigi Albertini che così saluta: «Deponiamo la penna e l'opera con un saluto di commossa gratitudine per quanti ci furono compagni di lavoro».

■ Il *Corriere* negli anni del Fascismo

Durante il ventennio fascista il *Corriere* è diretto prima da Ugo Oietti, nel 1926, per poco più di un anno, e dopo da Maffio Maffii, che si conforma ai dettami del regime

fascista. Nel 1929 la carica passa ad Aldo Borelli, giornalista di regime, che invita a scrivere articoli contro gli ebrei e impone la censura alle notizie sulle persecuzioni inflitte dai nazisti agli ebrei e ai polacchi.

Gli anni del fascismo vedono le pagine del quotidiano arricchirsi di altre firme prestigiose quali quella di Giovanni Gentile, Corrado Alvaro, Attilio Momigliano, Giovanni Papini e altri, e della pubblicazione di recensioni cinematografiche firmate da Filippo Sacchi, che appassionano anche i lettori più esigenti. Lavora alla terza pagina anche Luigi Pirandello, insignito del premio Nobel nel 1934. Negli anni Trenta le colonne del quotidiano passano da sette a otto e sono assunti giovani brillanti quali Indro Montanelli, Guido Piovene, Paolo Monelli, Michele Mottola. Nel 1940, prima ancora che l'Italia entrasse in guerra, e fino alla fine del 1942, il *Corriere* propaganda a voce piena il regime fascista e, tra i giornalisti, Curzio Malaparte e Indro Montanelli hanno una posizione di spicco.

■ La Resistenza dietro le quinte negli anni Quaranta

Il 1943 vede la destituzione e l'arresto di Benito Mussolini da una parte e, dall'altra, l'uscita dalla direzione del *Corriere*, dopo quattordici anni, di Aldo Borelli, che paga per tutti. Alla direzione del giornale subentra Ettore Jannì, antifascista.

Nell'agosto del 1943, dopo il bombardamento della sede del giornale, il *Corriere* ha due redazioni con due diversi direttori: l'edizione della mattina e l'edizione del pomeriggio sotto la direzione di Filippo Sacchi. Dopo l'otto settembre del 1943, in seguito alla occupazione nazista di Milano, i due direttori si rifugiano fuori dall'Italia, molti redattori si dimettono e alcuni di loro si schierano con i partigiani. Alla direzione del *Corriere* subentra Ermanno Amicucci e mentre sembra che il *Corriere* continui con la stessa linea politica, dietro le quinte parecchi redattori cospirano attivamente contro il regime nazista e alcuni di loro pagano questo rifiuto con la deportazione nei campi di concentramento in Germania.

Il 25 aprile del 1945, con l'arrivo degli Alleati, la direzione del giornale è affidata all'anziano Mario Borsa, sotto la cui direzione, nel maggio del 1945 il giornale rinasce con il nome di *Corriere di informazione* e l'anno dopo come *Nuovo Corriere della sera*, denominazione che tiene per un decennio. In questi anni il *Corriere* si schiera a favore della repubblica e contribuisce con la sua battaglia di idee e di parole alla caduta della monarchia. Borsa paga lo scotto delle sue idee e nel 1946 è sostituito nella direzione del giornale da Guglielmo Emanuel, che vuole imprimere una linea moderata.

■ Il *Corriere* nel dopoguerra

Gli anni Cinquanta, sotto la direzione di Mario Missiroli, che impone al quotidiano una linea moderata, vedono il quotidiano in crescita e arricchito dalle firme prestigiose di Dino Buzzati, Max David, Eugenio Montale, Indro Montanelli, Orio Vergani, Ennio Flaiano.

Negli anni Sessanta subentra nella direzione Alfio Russo e vengono riunificate in lui le cariche di direttore dell'edizione del mattino e del pomeriggio. Con lui entra a far parte della redazione finalmente la prima donna assunta dal giornale, Giulia Borgese. La guerra del Vietnam porta la firma del brillante giornalista Egisto Corradi.

Alla fine degli anni Sessanta si avvicinda nella direzione del giornale Giovanni Spadolini, che dà un'impronta più profonda all'aspetto culturale del quotidiano con

le firme per la terza pagina dei nomi illustri di Leonardo Sciascia, Giacomo Devoto, Goffredo Parise, Mack Smith, Alberto Arbasino, Giorgio Bassani.

Con la direzione Spadolini, il *Corriere* dichiara di essere favorevole a una alleanza del centro con la sinistra riformista, linea di condotta non gradita ai giovani della contestazione del 1968, i quali attaccano ripetutamente il quotidiano. Spadolini ha momenti di criticità anche dopo la strage di Piazza Fontana perché la linea moderata e neutrale del *Corriere* non è gradita alla sinistra. Nonostante ciò il quotidiano continua ad affermarsi nel grande pubblico grazie anche alle interviste con Herbert Marcuse, Eugène Ionesco, Claude Lévi Strauss, Edgar Morin, Jean Paul Sarte, Pietro Nenni.

La direzione di Piero Ottone dà al giornale una linea politica ben precisa a favore della sinistra, non gradita da Indro Montanelli che, per le sue note fortemente critiche, viene licenziato, creando la defezione di alcuni giornalisti.

Nel 1974 il *Corriere* passa al gruppo editoriale Rizzoli e si arricchisce di due grandi firme, quella di Enzo Biagi e di Alberto Ronchey. Nel 1977 subentra nella direzione Franco Di Bella, che riporta il giornale alla linea precedente. La fine degli anni Settanta, che inaugura la stagione della fotocomposizione, vede il giornale impegnato sul tema del divorzio e sul referendum abrogativo. Il 1980 è ricordato come un anno di sangue per l'assassinio di Walter Tobagi, uno dei giornalisti più importanti del *Corriere*.

■ Lo scandalo degli anni Ottanta

Gli anni Ottanta rimangono ancora oggi un periodo oscuro nella storia del *Corriere* per lo scandalo della loggia P2, che suscitò nell'opinione pubblica un grande scalpore. La pubblicazione di nomi eccellenti affiliati alla loggia, tra i quali quello del direttore Franco Di Bella, del presidente del Gruppo Rizzoli e del direttore generale Bruno Tassan Din, fanno emergere un coinvolgimento forte dei vertici del *Corriere*, che, si scopre, è passato in modo sotterraneo nelle mani di Lucio Gelli e di Roberto Calvi. Questo scandalo, oltre alle dimissioni di Di Bella, ha come conseguenza un calo molto forte delle vendite.

L'incarico di direttore è dato ad Alberto Cavallari, che lo mantiene per il triennio 1981-1984, quando passa a Piero Ostellino. Nell'ultimo scorcio degli anni Ottanta nascono il *Settimanale Sette* e l'inserto *Corriere cultura*.

■ L'ultimo decennio del Novecento

Nel 1992 la direzione del *Corriere* passa a Paolo Mieli che la mantiene fino al 1997. Mieli colloca nelle prime pagine eventi importanti e anche non di politica, dà maggiore spazio allo sport, all'economia, agli spettacoli ed elimina la terza pagina. Negli anni dello scandalo di Tangentopoli racconta l'acceso dibattito politico, per le elezioni del 1996 si schiera a favore dell'Ulivo. Nel 1997 Mieli è nominato Direttore editoriale del Gruppo RCS e lascia la direzione a Ferruccio de Bortoli, che la mantiene fino al 2003. Nel 1998 nasce il sito web www.corriere.it.

■ Gli anni Duemila

Gli anni Duemila si aprono con la tragica fine della giornalista Maria Grazia Cutuli

assassinata in Afghanistan nel 2001. Nel 2003 prende l'incarico di direttore Stefano Folli, per un periodo breve, perché già nel dicembre 2004 è richiamato Paolo Mieli, che introduce il colore in tutte le pagine del giornale, diminuisce le colonne da nove a sette e riduce il formato delle pagine. Nel 2009 ritorna come direttore de Bortoli.

Nel 2009 nasce il *Corriere* in formato elettronico. Nel 2011 viene ripristinata *La Lettura*, in allegato all'edizione della domenica. Nel 2015, la direzione del *Corriere* passa a Luciano Fontana.

■ Il *Corriere* oggi: le sfide che lo attendono

Il *Corriere della Sera* oggi, secondo Audipress, è il quotidiano d'informazione più letto d'Italia con 2.617.000 lettori medi giornalieri, di cui 2.414.000 su carta e 232 mila su *tablet* e altri *device*. Luciano Fontana, consapevole della crisi che attraversa l'editoria in Italia, e non solo, sa di dover affrontare una sfida impegnativa per continuare a mantenere gli standard del *Corriere* con lettori sempre più esigenti e sempre più informati, anche per soddisfare la fascia rappresentata dai giovani.

Il *Corriere* punta, pertanto, a mantenere intatta l'idea di una informazione libera, indipendente, pluralista e credibile e per i lettori che continuano a prediligere la carta stampata ha rinnovato la grafica e la formula editoriale, mentre per la fascia dei lettori, giovani e meno giovani, che amano essere informati digitalmente ha predisposto un settore video, *on demand* e dirette, la *digital edition* e la *smartphone edition*, oltre che *blog* di eccellenza. Per gli uni e per gli altri lettori ha prodotto libri d'attualità e di servizio su carta e digitale.

Nei programmi del *Corriere* prioritaria è una graduale trasformazione digitale del sistema, attraverso un rinnovamento dei prodotti, quali sito web, *Ipad edition*, *smartphones*, che permettano di continuare a soddisfare le esigenze dei vecchi lettori, ma nello stesso tempo di catturarne altri. Fermo restando l'impegno a mantenere alta la qualità dell'informazione, sia cartacea che web, il direttore Fontana intende anche ripensare l'offerta editoriale nel fine settimana con un progetto di informazione articolato che abbia come interlocutori professionisti in diversi settori del mondo dell'economia e della cultura, dalle aziende al mondo della scuola, che preveda iniziative mirate, su digitale e carta, e prodotti, per esempio *app* specifiche, rivolti a bambini e ragazzi.

Scheda

Il Sole 24 Ore

di Antonio Abate

Docente di Discipline giuridiche ed economiche all' istituto sociale dei Padri Gesuiti di Torino

Il Sole 24 Ore nasce il 9 novembre 1965 dalla fusione di due testate milanesi: *Il Sole* e *24 Ore*. Ma *Il Sole* appare per la prima volta in edicola un secolo prima, il 1 agosto 1865, e rappresenta il più antico giornale di Milano ancora pubblicato, e uno dei primi quotidiani economici europei. Nasce con una foliazione iniziale di quattro pagine, in pieno clima positivista e si presenta come espressione di una borghesia liberale e innovatrice, per quanto tutto ciò possa valere con riferimento alle peculiarità socio-politiche italiane. Assumono inizialmente molto rilievo le notizie di Genova, allora centro della finanza italiana, ma per il resto il giornale riflette l'identità economica di Milano, all'epoca città rivolta in gran parte al settore tessile. Politicamente, si colloca su una linea liberale e riformista, come testimoniato anche dai numerosi contributi di Carlo Cattaneo.

Il primo impulso alla fondazione del giornale era stato dato dal commerciante di sete Gaetano Semenza, che aveva coinvolto nell'impresa l'editore milanese Francesco Vallardi. Semenza aveva poi impegnato altri due setaioli, i fratelli Pennocchio, intestatari della prima società. Nell'aprile del 1867 *Il Sole* si stabilizza sotto la guida di Piero Bragiola Bellini, che avvia una lunga gestione di tipo ereditario. La linea editoriale si ispira a un umanitarismo pacifista e laico, con toni anticlericali.

Nel 1867 la tiratura raggiunge le 1.850 copie. I giornali milanesi più venduti, *Il Secolo* e *Il Pungolo*, toccano le dodicimila. Al *Sole* occorre un decennio per assumere rilievo nazionale: solo agli inizi del nuovo secolo raggiunge le novemila copie.

Nel 1902, con la morte di Bragiola Bellini, la guida del giornale è affidata al genero Achille Bersellini. Inizia a essere pubblicata la relazione della Banca d'Italia, consuetudine che rimane nei decenni un *must* del giornale. Bersellini apre alla collaborazione di economisti come Angelo Sraffa e Maffeo Pantaleoni.

Negli anni della guerra mondiale e del dopoguerra compaiono anche le firme di imprenditori italiani della nuova generazione, da Camillo Olivetti a Ettore Conti, Alberto Pirelli, Pio Perrone, Giorgio Enrico Falck. La linea del giornale evolve in senso fortemente anti-sindacale e anti-socialista. Si oppone all'estensione del suffragio elettorale e accetta con disinvoltura l'entrata in guerra. Successivamente esaspera i tratti conservatori e protezionisti, la delusione per le mancate acquisizioni territoriali e i timori relativi alla cessazione delle commesse militari.

Negli anni precedenti l'avvento del fascismo invoca un colpo di freno alla crescita del movimento operaio e appoggia l'impresa di D'Annunzio a Fiume. In sostanza cade vittima dell'abbaglio di larga parte della borghesia italiana che pensa di trovare nel fascismo una cura temporanea e revocabile al disordine.

L'adesione alla nuova guida politica va di pari passo con una crescente sfiducia nel ruolo del mercato, che riflette la tendenza del capitalismo italiano a reclamare aiuto e protezione pubblica, lontana dai principi liberali. La storia del giornale come espressione della borghesia illuminata, può in tale fase considerarsi conclusa.

I rapporti con il regime acquistano ufficialità. Nel 1928 *Il Sole* annuncia l'accordo con la Confederazione dei commercianti, assumendo la denominazione di «Giornale del Commercio, dell'Industria, della Finanza e dell'Agricoltura / Bollettino quoti-

diano della Confederazione Nazionale Fascista dei Commercianti». Il tutto senza mutamenti a livello di direzione e assetto proprietario. Nel 1926 la guida del giornale passa da Achille Bersellini al figlio Mario, che conserverà la poltrona fino al 1955. Alla fine degli anni Venti la tiratura raggiunge le trentamila copie.

All'approssimarsi del secondo conflitto mondiale e nei primi anni di guerra, mentre la linea del giornale è improntata alla retorica di regime, il figlio del Direttore, Guido Bersellini, liberale e antifascista, rafforza i contatti con gli ambienti milanesi ostili al fascismo e in particolare con gli uffici studi della Comit e della Edison (dove operavano Ugo La Malfa e Ferruccio Parri). Arrestato una prima e poi una seconda volta nell'aprile 1942, è condannato a tre anni di reclusione dal Tribunale speciale e resterà in carcere fino all'estate del 1943.

Tra l'armistizio e la Liberazione la vita del giornale è condizionata dalle contingenze politiche ed economiche, con una riduzione delle uscite e della foliazione. La famiglia Bersellini consolida i rapporti con gli ambienti antifascisti. Trasferitosi a Roma dopo l'8 settembre, Mario entra nel dicembre del 1943 nelle formazioni dei Volontari della Libertà. Dopo quindici mesi di detenzione, il figlio Guido raggiunge Parri in Val d'Ossola. Con la Liberazione, direzione e proprietà non conoscono fratture.

La famiglia continua a detenere la proprietà del giornale fino al 1949, quando l'intero capitale è ceduto all'Istituto Nazionale Fiduciario (Gruppo Ina), per poi passare a Confindustria. L'autonomia editoriale del giornale, riorientato su una impostazione liberista dai tratti filoamericani, è assicurata dagli abbonati (trentamila già nel 1945) a fronte di una sostanziale assenza dalle edicole.

Negli anni successivi il giornale partecipa allo scontro tra i fautori dell'economia di mercato (rappresentati da Giuseppe Pella) e quelli dell'intervento pubblico (rappresentati da Giorgio La Pira). L'ostilità alle idee di La Pira si protrae nel tempo ed è seguita da una lunga polemica contro Enrico Mattei, alla guida dell'Eni e architetto dell'emancipazione del Paese dalla sudditanza alle multinazionali petrolifere. Una polemica che, alla luce degli eventi che segnano la fine dell'esperienza di Mattei all'Eni e di una più profonda comprensione postuma della strategia energetica di quest'ultimo, rappresenta un infortunio della linea editoriale del giornale non meno grave di quello legato al sostegno al fascismo nel primo dopoguerra.

Nel 1955 si consuma la rottura con la nuova proprietà e la fine della direzione "ereditaria": la guida passa a un funzionario di Confindustria, Italo Minunni, e il foglio diviene sempre più un organo ufficiale. Non mancano posizioni controverse, come l'opposizione all'ingresso della sinistra nel Governo e l'adesione al tentativo di Ferdinando Tambroni.

Sono anni di grandi trasformazioni sul piano della struttura del giornale, che si avvicina a quella più recente: il grafico degli indici di Borsa in prima pagina, le sezioni tematiche, le pagine di servizio e l'uso più frequente di fotografie di grandi dimensioni.

Il nuovo cambiamento di direzione (nel 1962 Gennaro Pistolese, anch'egli funzionario di Confindustria, sostituisce Minunni) rafforza le innovazioni editoriali (il giornale passa a dodici pagine) e avvia una linea che, riconoscendo come ineluttabile la partecipazione delle Sinistre alla direzione del Paese, si pone più realisticamente il problema di controllarla.

La nuova guida di Confindustria libera il giornale da discorsi e proclami ufficiali, conferendogli un profilo più adatto alla conquista di vaste platee di lettori.

Il Sole festeggia così i primi cento anni nell'estate del 1965. Ma nello stesso anno viene annunciata la fusione con *24 Ore*, il quotidiano che dal 1946 gli faceva concorrenza.

24 Ore era apparso per la prima volta in edicola il 12 settembre 1946, a opera di un gruppo di giovani economisti raccolti intorno a Ferdinando di Fenizio, Libero Lenti, Roberto Tremelloni e Federico M. Paccès. L'obiettivo è intercettare la volontà di ripresa dell'economia italiana. Diviene così fin da subito il concorrente diretto de *Il Sole*.

Piero Colombi, direttore dal 1° febbraio 1948 (succedendo a Adolfo Borzoni) fino alla scomparsa improvvisa, il 21 agosto 1960, apporta il contributo di un'esperienza diversa rispetto a quella accademica dei fondatori. Operatore di Borsa, combatte dure battaglie per la modernizzazione dei mercati finanziari, conferendo al giornale un taglio liberista "einaudiano", molto diverso da quello del *Sole*, legato alle esigenze confindustriali e politicamente conservatore.

Con la direzione e la proprietà di Pietro Colombi, *24 Ore* ospita firme di grande prestigio tra cui Amintore Fanfani, Innocenzo Gasparini, Cesare Merzagora, Ferruccio Parri e Luigi Sturzo. Negli anni successivi Gino Boeri, Giorgio Pivato, Ernesto d'Albergo, Francesco Saja, Giordano dell'Amore, Aldo Pagani, un giovane Eugenio Scalfari, Pier Paolo Luzzatto Fegiz, Franco Mattei, Francesco Compagna, e poi ancora Giovanni Malagodi, Mario Talamona e Bruno Leoni.

La scomparsa di Piero Colombi, al quale succede come direttore del giornale, il 15 dicembre 1961, il caporedattore Mauro Masone, si riflette anche sulla proprietà: la Confindustria, già detentrica del 49% del capitale, acquisterà il 49% degli eredi Colombi e il residuo 2% detenuto da Libero Lenti.

Il Sole e *24 ore* nel 1961 sono ormai entrambi proprietà di Confindustria, e tutt'altro che redditizi. L'aumento del numero delle pagine e dei servizi contribuisce a rinnovare la qualità del prodotto, ma il numero dei lettori non registra un adeguato ampliamento. Considerando che le linee politiche ormai coincidono, la fusione appare naturale. Nella titolazione della nuova testata, *Il Sole 24 Ore*, la seconda parte assume un rilievo maggiore rispetto alla prima. Con la guida di Mario Masone, primo direttore del *Sole 24 Ore*, inizia un nuovo percorso improntato ad una progressiva acquisizione di indipendenza, che farà un passo decisivo durante il mandato di Guido Carli alla presidenza di Confindustria.

Successivamente, la direzione di Alberto Mucci arricchisce il giornale sul fronte della divulgazione economica. Segue il periodo di Fabio Luca Cavazza Rossi e poi, dall'ottobre del 1980, di Mario Deaglio, artefice di un cambiamento nella direzione di un organo di informazione dagli interessi più ampi. Gli succede nel maggio del 1983 Gianni Locatelli: la crescita delle vendite fa del *Sole 24 Ore* un caso editoriale di successo a livello europeo.

Il giornale si dimostra capace di elaborare nuovi prodotti in grado di avvicinare e legare nuove fasce di pubblico, come dimostra il successo del supplemento culturale della domenica.

Alla direzione del giornale, dal 1993, seguono Salvatore Carrubba, Ernesto Auci, Guido Gentili, Ferruccio De Bortoli, Gianni Riotta e oggi Roberto Napolitano.

Si allarga l'attività editoriale che fa della società editrice un grande Gruppo editoriale che imbocca negli anni più recenti, la via della multimedialità: il quotidiano cartaceo rappresenta una delle componenti di un portafoglio di servizi articolato e orientato alle nuove tecnologie e alle più moderne modalità di fruizione. Il Gruppo si amplia con l'acquisizione, nel 1994, dell'agenzia giornalistica Radiocor, che segna l'ingresso nel campo multimediale: una strategia che viene consolidata negli anni successivi con la nascita, nel 1999, di "Radio 24". Nel 1998 va in rete il sito www.ilsole24ore.com, continuamente rinnovato e valorizzato con contenuti a pagamento.

24 Ore si propone dunque oggi come il principale gruppo editoriale multimediale attivo in Italia nel settore dell'informazione economica, finanziaria, professionale e culturale. *Il Sole 24 Ore* è il primo quotidiano digitale italiano con oltre centoventimila copie vendute e il terzo quotidiano nazionale per diffusione complessiva carta-digital con duecentosettantamila copie (dati Ads aprile 2016), ma nel computo manca la quota di copie multiple sospese in attesa del nuovo regolamento. Prima di questa sospensione, le copie multiple erano pari al 28% del totale carta-web.

L'offerta è integrata con Radiocor (Agenzia leader nell'informazione finanziaria), il portale www.ilsole24ore.com e Radio 24, l'emittente radiofonica *news & talk*, che ha raggiunto nel primo semestre dell'anno 2015 quasi due milioni di ascoltatori con programmi di grande successo, ripetutamente premiati, come *Cuore e Denari*, *Focus Economia*, *La Zanzara*, *24 Mattino*, *MIX 24* e altri. Il Gruppo 24 ORE è quotato presso la Borsa Italiana dal 6 dicembre 2007.

Scheda

QN Quotidiano Nazionale

di Gianluigi Sommariva

Scrittore per ragazzi

■ Un po' di storia

Il Gruppo Poligrafici Editoriale nasce negli anni Sessanta, con l'entrata nel mondo dell'editoria del suo fondatore, il cavalier Attilio Monti, attraverso l'acquisizione delle testate *il Resto del Carlino* (Bologna), *La Nazione* (Firenze), *Il Telegrafo* (Livorno), *Momento Sera* e *Il Tempo* (Roma). Negli anni Novanta, il nuovo management, guidato dal nipote Andrea Riffeser Monti, si concentra sulle testate più antiche, *La Nazione* e il *Carlino* e, con l'arrivo de *Il Giorno* (Milano), dà il via a una vera e propria rivoluzione nel campo dell'informazione, il primo caso di globalizzazione editoriale in Italia. I tre quotidiani uniscono le proprie forze e mettono in campo le loro firme per la realizzazione di *QN Quotidiano Nazionale*, un fascicolo comune che racchiude le notizie nazionali e internazionali, ed è completato dalla dettagliata cronaca locale delle trentanove edizioni de *il Resto del Carlino*, *La Nazione* e *Il Giorno*. Il punto di forza è il radicamento territoriale delle tre testate, tant'è che i tre giornali escono ciascuno con la propria testata, anche se le pagine nazionali sono in comune. L'unificazione è avvenuta nel 1997, quando per la prima volta i tre quotidiani furono presenti in edicola con un "fascicolo nazionale" unico, diretto da Mauro Tedeschini. Due anni dopo fu registrata la testata autonoma *QN Quotidiano Nazionale*. Il direttore Vittorio Feltri lo lanciò come un vero e proprio giornale. Dalla metà degli anni Duemila, accanto alla testata appare l'acronimo *QN*. Nel 2005 anche le pagine sportive dei tre quotidiani sono state unificate, con il nome di *QS Sport*, come dorso dotato di una propria prima pagina. Dal 26 ottobre 2014 Andrea Cangini è il direttore di *QN Quotidiano Nazionale* e de *il Resto del Carlino*. Dal 2 marzo 2016 sulle tre testate esce l'inserito *QN Economia e Lavoro*, settimanale economico curato da Giuseppe Di Blasio.

Dal primo dicembre 2014 Bruno Vespa è il direttore editoriale dei quotidiani della Poligrafici Editoriale. Questa la motivazione della scelta del noto giornalista da parte di Andrea Riffeser Monti, amministratore delegato della Poligrafici Editoriale: «Bruno Vespa, storica firma dei quotidiani del Gruppo Poligrafici Editoriale, porterà il proprio contributo al percorso di affermazione della testata. *QN* si pone l'obiettivo di diventare il quotidiano più venduto in Italia. *Quotidiano Nazionale* e le sue tre testate storiche, *il Resto del Carlino*, *La Nazione* e *Il Giorno*, infatti, hanno retto meglio l'impatto della crisi perché siamo degli innovatori, sappiamo intuire e cogliere i cambiamenti nelle esigenze del lettore. La comunicazione dei giornali resta il mezzo principe per indirizzare le opinioni del pubblico e la direzione editoriale di Bruno Vespa contribuirà ad accrescere l'attenzione dei lettori nei confronti di *QN* e a consolidarne la credibilità».

■ Una strategia vincente

QN è un'iniziativa che ha consentito indubbiamente di risparmiare sui costi, ma anche di collocare il quotidiano al terzo posto, dopo il *Corriere* e *Repubblica*, per

numero di lettori (2.014.000 – Audipress 2015/III) e al secondo per copie vendute in edicola (213.118 – ADS febbraio 2016); è, invece, al primo posto per le vendite in edicola nelle rispettive aree di diffusione (231.083). Se la superiorità del *Carlino* e della *Nazione* sulle altre testate nazionali è schiacciante, rispettivamente in Emilia-Romagna-Marche e in Toscana-Umbria, nonché parte della Liguria, diversa, anche se comunque positiva, è la collocazione nell'area lombarda del *Giorno*, che con le sue 43.027 copie si attesta al secondo posto, dopo il *Corriere* e prima di *Repubblica*. Occorre tener conto che, dei tre quotidiani stampati dalla Poligrafici Editoriale, *Il Giorno*, con i suoi sessant'anni, è il più giovane e che nondimeno, in un'area da sempre dominata dal *Corriere*, è riuscito a ritagliarsi una quota importante di lettori.

Il territorio complessivo delle tre testate è caratterizzato da alti livelli di produttività e imprenditorialità. Il PIL è del 41% per un totale di 575.724 milioni; le PMI (Piccole Medie Imprese) rappresentano il 39% e producono un totale di 1.713.560 euro.

QN è anche la testata con il maggior numero di lettori uomini ad alto reddito (255.000, per un reddito medio spendibile di 3.251 euro); il maggior numero di lettrici donne (828.000), il maggior numero di lettori (590.000) di età centrale compresa tra i venticinque e i quarantaquattro anni.

Su un totale di 2.014.000 lettori al giorno delle tre testate, 1.619.000 sono lettori esclusivi, vale a dire non leggono altri quotidiani di informazione. La sua forte presenza nel territorio si spiega, del resto, con questi dati eloquenti: tre quotidiani di informazione, un quotidiano sportivo, trentanove edizioni, cinquecentoventi giornalisti/collaboratori, settecentocinquanta pagine diverse di informazione giornaliera, centocinquanta pagine diverse di sport ogni giorno.

Tenendo conto che l'editoria italiana sta attraversando un momento assai difficile, vuoi per la recessione economica, vuoi per la conseguente contrazione dei consumi e la flessione degli introiti pubblicitari, non è di poco conto che il *Quotidiano Nazionale* abbia chiuso il 2015 con un incremento dell'83% del margine operativo lordo consolidato, positivo per 12,8 milioni di euro e con un miglioramento di 5,8 milioni di euro rispetto al 2014. «Per combattere la crisi, – ha spiegato Andrea Riffeser Monti, amministratore delegato e vicepresidente del Gruppo – crediamo sia fondamentale continuare a investire e lo facciamo lanciando nuovi prodotti [...] dedicati agli interessi dei nostri lettori, con un occhio particolare ai giovani e ai ragazzi». L'impegno di *QN* verso i giovani è confermato dalla stessa, convinta adesione al progetto «Il Quotidiano in Classe», che l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori promuove. Aver contribuito a portare la lettura critica dei giornali nelle scuole italiane non è cosa di poco conto, se si considera che il forte collegamento con il territorio, che caratterizza in modo particolare i tre quotidiani del Gruppo Monrif, è stato fortemente rivalutato nella stessa legislazione scolastica.

■ QN Quotidiano.net

Accanto alla versione cartacea, il Gruppo Monrif ha sviluppato quella *on line* (Internet, *smartphone* e *tablet*), curata dalla società Monrif.net. «Quotidiano.net» propone l'informazione a livello nazionale, territoriale e tematica. Quest'ultima, in particolare, si articola in dieci canali a cura dei migliori specialisti della rete: *news*, sport, motori, donna, *lifestyle*, il caffè, spettacolo, tecnologia, *business* e promozioni. I visitatori unici medi nel 2015 sono stati 18,2 milioni, con 29,8 milioni di visite e 103,4 milioni di pagine viste. «Gli investimenti nella rete – spiega Ancora Andrea

Riffeser Monti – servono per dare una nuova impostazione ai nostri portali [...] Il progetto denominato “Nuova Generazione Monrif.net” si pone l’obiettivo di intervenire a favore di un profondo rinnovamento nelle aree tecnologiche, organizzative, contenuti, grafica e funzionalità». Sono in corso anche attività di ampliamento di notizie dedicate a sport, viaggi, benessere, *food, gossip*, moda, e una revisione «della struttura grafica verso modelli più visuali e attrattivi per gli utenti e su funzionalità per la raccolta delle sottoscrizioni e la massimizzazione dell’interazione con gli utenti ai fini della fidelizzazione».

In una recente intervista concessa all’Osservatorio, l’attuale direttore responsabile di *Quotidiano Nazionale*, Andrea Cangini, ha tuttavia sottolineato che la stampa digitale non si è ancora imposta nella sua stessa patria d’origine, gli Stati Uniti: ad esempio, il *Washington post* dipende per l’80% delle vendite dalle copie cartacee. Da noi le cose si stanno certamente evolvendo, ma passerà ancora del tempo prima che il digitale possa prevalere sul cartaceo o addirittura soppiantarli.

■ Speed: Società Pubblicità Editoriale e Digitale

Il Gruppo Monrif, attraverso la concessionaria di pubblicità Speed Business & Advertising (Società Pubblicità Editoriale e Digitale), offre anche ad altri editori la professionalità ed efficienza della sua struttura commerciale. Fondata nel 1954, la Spe diventa Speed nel 2015 con l’avvento del digitale. Opera in regioni italiane tra le più importanti per la pianificazione pubblicitaria, considerando gli altissimi livelli di reddito sia familiare che pro-capite, nonché l’alta propensione al consumo. I clienti gestiti da Speed sono 22.500 (70% *Local revenues* e 30% *National revenues*). Questi i mezzi impiegati: quotidiani, Nettuno TV, radio Nettuno, Internet, Cavallo Magazine, Promoqui, Wiman, Pronto Imprese, Google adwards, La Bagnaia. Nel 2016, è stato siglato un accordo tra Speed e la concessionaria di pubblicità OPQ (Organizzazione Pubblicità Quotidiani) per sviluppare sinergie necessarie in questo fondamentale settore.

■ Prospettive

Nel corso del Convegno “Crescere tra le righe” tenutosi a “La Bagnaia” nel maggio 2015, nell’ambito del *panel* “Mutamenti del mercato e le prospettive delle aziende editoriali”, Andrea Riffeser Monti ha indicato alcune prospettive di sviluppo editoriale del *network*, legate al tema delle liberalizzazioni e al rinnovamento del linguaggio giornalistico:

- «Serve riuscire ad arrivare a una vera liberalizzazione nella vendita dei giornali. Il giornale di carta è ancora la spina dorsale del Paese [...] nonostante il digitale.» «Con *il Resto del Carlino* a Bologna abbiamo realizzato una iniziativa per acquistare il pane scontato ritagliando un *coupon*. Abbiamo ricevuto trecentomila *coupon*, questo rende un’idea di quanto ancora il rapporto con il quotidiano sia stretto.»
- «Gli editori non hanno avuto molta voce in capitolo nell’ambito della questione liberalizzazioni ma è anche vero che in Fieg sono settanta gli editori da mettere d’accordo. Il governo Renzi deve accelerare sul capitolo liberalizzazioni.»
- «Non vogliamo andare contro gli edicolanti ma vogliamo far avere il giornale più comodamente alle persone.»

Scheda

La Stampa

di Luigi Marfè

Professore a contratto in Letterature comparate all'Università di Torino e docente di letteratura italiana all'Istituto Sociale di Torino

La Stampa è un quotidiano con sede a Torino, fondato nel 1867. È attualmente (ADS, aprile 2016) il quinto giornale a livello nazionale per tiratura (239.312 copie cartacee, di cui vendute 144.043, cui occorre aggiungere 28.503 copie digitali). Dal 2006, il formato del quotidiano è quello cosiddetto “berlinese” (su sei colonne, 31x45 cm). Gli abbonati alla versione cartacea sono 21.793; il prezzo della copia singola – 1,50. L'ISSN del quotidiano è 1122-1763.

Dal gennaio 2016, il direttore è Maurizio Molinari, firma di lunga data del giornale, in precedenza corrispondente da New York e da Gerusalemme. Massimo Gramellini, giornalista, romanziere e personaggio televisivo, noto anche per i suoi interventi nella trasmissione di RaiTre *Che tempo che fa*, è direttore creativo dell'Editrice La Stampa. Vicedirettori sono Luca Ubaldeschi (vicario), Marco Zatterin e Massimo Vincenzi.

A *La Stampa* sono allegati attualmente i seguenti supplementi: il lunedì *Tuttosoldi* (inserto di economia); il mercoledì *Tuttoscienze* (informazione e divulgazione scientifica); il giovedì *Origami* (su temi di attualità, ambiente, politica internazionale); il sabato *Tuttolibri* (libri e cultura); soltanto a Torino, il venerdì, *TorinoSette* (manifestazioni e spettacoli a Torino e provincia).

Il giornale nacque con un altro nome, *La Gazzetta Piemontese*, e fu fondato dallo scrittore Vittorio Bersezio, autore de *Le miserie 'd Monsù Travet* (1863) e deputato nello schieramento della sinistra costituzionale. Nato all'indomani dell'Unità d'Italia, poco dopo il trasferimento della capitale a Firenze, si pose in una prospettiva critica rispetto al governo (il motto era “frangar non flectar”, “mi spezzo, ma non mi piego”). La tiratura iniziale del quotidiano, che non usciva di lunedì, era di circa sette, ottomila copie; il prezzo di cinque centesimi.

Nel 1880, il giornale fu comprato da Luigi Roux, esponente del partito radicale, che in seguito sarebbe passato a *La Tribuna*, un quotidiano di Roma; nel 1894 venne associato nella proprietà e nella direzione Alfredo Frassati (padre del beato Pier Giorgio). L'anno seguente Frassati mutò il nome del giornale nell'attuale, *La Stampa*; fino al 1908, tuttavia, “*La Gazzetta Piemontese*” rimase come sottotitolo. Con l'addio di Roux, la sua quota fu assunta da un finanziere, Eugenio Pollone, che lasciò la direzione al solo Frassati. Grazie all'opera di quest'ultimo, la tiratura del giornale crebbe in pochi anni fino a cinquantamila copie. Frassati diede al quotidiano un'impronta liberale, sostenendo l'azione politica di Giovanni Giolitti. Furono inoltre realizzati i primi allegati al giornale: un supplemento illustrato sportivo e la rivista *Io Donna*, immaginata per il pubblico femminile.

Nel 1920, Pollone lasciò la propria quota agli Agnelli, che rilevarono tutta *La Stampa* nel 1925, dopo il burrascoso addio di Frassati: in seguito all'omicidio di Giacomo Matteotti, infatti, il giornale aveva assunto posizioni antifasciste, tanto da convincere il regime a sospenderne la pubblicazione per un giorno, il 29 settembre 1925, con la conseguenza di costringere il direttore a lasciare il proprio posto. Il nuovo direttore, Andrea Torre, si allineò giocoforza su posizioni fasciste, ma *La Stampa*,

che nel frattempo aveva raggiunto una tiratura di centosettantacinquemila copie, perse credibilità tra i lettori, venendo addirittura scavalcata dalla *Gazzetta del Popolo* come primo quotidiano torinese.

Nel 1929 la guida del giornale passò a Curzio Malaparte, scrittore allora molto legato al fascismo («la miglior penna del regime», secondo Piero Gobetti), che tuttavia fu allontanato dopo appena due anni per screzi con la proprietà. Dal 31 dicembre 1930, all'edizione del mattino fu affiancata la *Stampa Sera*, che usciva il pomeriggio e il lunedì (la pubblicazione andò avanti fino al 18 aprile 1992). Alla fine del decennio, il giornale riacquisì importanza grazie all'azione di un nuovo direttore, Alfredo Signoretti, ma dopo la Liberazione il CLN ne fece sospendere la pubblicazione per le connivenze con la Repubblica Sociale.

Il giornale ripartì nel luglio del 1945, con un nome diverso, *La Nuova Stampa*, proprio per sottolineare la discontinuità con gli anni precedenti, sotto la direzione di Filippo Burzio, professore al Politecnico di Torino e militante antifascista. Tuttavia, in breve tempo, già nel 1946, il quotidiano tornò al vecchio nome.

Tra il 1948 e il 1968 il direttore de *La Stampa* fu Giulio De Benedetti, che aveva avuto dalla proprietà l'incarico di trasformare il giornale in un "quotidiano popolare", recuperando lettori a scapito dei concorrenti allora più forti a Torino: l'*Unità* e la *Gazzetta del Popolo*. Le risorse a disposizione non erano molte, ma De Benedetti seppe fare di necessità virtù, acquisendo le collaborazioni di nuove prestigiose "firme" e innovando fortemente i contenuti. Il legame con i lettori tornò inoltre molto stretto grazie alla priorità accordata alla cronaca sulla politica e all'invenzione di una rubrica come lo "Specchio dei tempi", in cui il pubblico poteva intervenire direttamente con lettere, osservazioni, rimostranze.

Dopo vent'anni, la direzione passò ad Alberto Ronchey, il primo direttore designato dall'editore Giovanni Agnelli, che rimase sulla tolda di comando del giornale per cinque anni, dal 1968 al 1973. La sfida del suo mandato fu quella di trasformare *La Stampa* in un quotidiano a diffusione realmente nazionale. Per "sprovvincializzare" il giornale, Ronchey decise di dare maggior importanza a settori come gli esteri e l'economia. Molte grandi firme del mondo accademico e del panorama letterario diedero in quegli anni il proprio contributo al giornale: Carlo Casalegno, Alessandro Galante Garrone, Luigi Firpo, Guido Piovene e, più tardi, Giovanni Arpino e Guido Ceronetti.

La firma più autorevole tra il 1976 e il 1996 fu senza dubbio quella di Norberto Bobbio: filosofo, giurista, storico, tra i maggiori pensatori del secondo Novecento in Italia, nei suoi articoli sostenne sempre, in un momento storico tormentato, la necessità di difendere l'ordinamento democratico e costituzionale del Paese.

Dal 1974, intanto, *La Stampa* aveva cambiato ancora direttore. Arrigo Levi fece del giornale un riferimento per i lettori moderati, anche in considerazione della temporanea svolta progressista del *Corriere della Sera* di Piero Ottone. A quest'epoca risale la nascita di *Tuttolibri*, in edicola dal 1° novembre 1975. Due anni più tardi, il 16 novembre 1977, Carlo Casalegno, vicedirettore del giornale, fu vittima di un attentato terrorista delle Brigate Rosse, che lo consideravano un antagonista per le posizioni che esprimeva nei suoi editoriali. In quel periodo *La Stampa* aveva raggiunto una tiratura molto alta, di circa 445000 copie, ed era il secondo quotidiano nazionale.

Nel 1978, un articolo satirico su Muammar Gheddafi, a firma della coppia di scrittori Fruttero&Lucentini, autori in quegli anni molto apprezzati dal pubblico soprattutto per i loro romanzi gialli, fu reputato offensivo dal presidente della Libia, che minacciò ritorsioni economiche nei confronti della Fiat. L'avvocato Agnelli resistette alle pressioni di Gheddafi, che era azionista del gruppo Fiat e che aveva chiesto il li-

enziamento di Carlo Fruttero e Franco Lucentini. Incontrandoli mesi dopo, Agnelli disse scherzosamente: «Non sapete quanto mi siete costati».

I direttori successivi, Giorgio Fattori (1978-1986) e Gaetano Scardocchia (1986-1990), fecero crescere la tiratura del quotidiano fino a un picco di 570000 copie nel 1989, poi destinate a scendere progressivamente negli anni seguenti al numero attuale, a causa della generale crisi di vendite dei quotidiani. Tra le innovazioni di quel periodo, occorre menzionare l'uso per la prima volta del computer, il passaggio dalle nove alle sette colonne, lo spostamento della storica Terza pagina più avanti nel giornale, come sezione Cultura. A partire dal 1981, inoltre, fu pubblicato un nuovo supplemento, che avrebbe avuto molta fortuna: *Tuttoscienze*, diretto da Piero Bianucci.

La Stampa, tuttavia, proprio in quegli anni fu superata in termini di diffusione da un nuovo quotidiano, *La Repubblica*, fondato a Roma nel 1976 da Eugenio Scalfari. Durante le direzioni di Paolo Mieli (1990-1992) e di Ezio Mauro (1992-1996), pertanto, fu portato avanti un profondo rinnovamento del giornale, puntando sull'approfondimento e sulla riflessione critica, in particolare a proposito dei meccanismi del sistema dell'informazione. La nuova prospettiva risulta evidente dalla formula editoriale scelta per la copertura della guerra del Golfo (1991): una serie di "diari" d'autore, che esprimevano punti di vista contrastanti sul conflitto in atto, a opera di firme come Igor Man, Furio Colombo, Lietta Tornabuoni. Dal 27 gennaio 1996, inoltre, il quotidiano fu arricchito da un *magazine* di attualità e spettacolo, lo «Specchio», che uscì ogni sabato insieme al giornale fino al luglio 2009.

Nel marzo 1994 venne inaugurato il sito web del giornale (www.lastampa.it), che oggi attira un numero di visite giornaliero molto alto e può vantare per l'edizione digitale oltre venticinquemila abbonati. Dal sito è possibile accedere a un vastissimo archivio di articoli e file multimediali (1750000 pagine, 5000000 di articoli e 4500000 illustrazioni), che risalgono fino alla nascita del giornale nel 1867. L'abbonamento permette inoltre l'accesso a contenuti esclusivi, come materiali multimediali che non hanno spazio sul cartaceo. È gratuita invece la consultazione dell'archivio storico digitalizzato.

Le ultime direzioni, prima di Mario Calabresi (2009-2015) e ora di Maurizio Molinari (2016-), hanno rilanciato la vocazione internazionale del giornale, puntando su inchieste di politica estera. Recente è il caso di Domenico Quirico, un inviato del giornale sequestrato in Siria per cinque mesi (aprile-settembre 2013) durante un reportage sulla guerra civile in corso nel Paese. Dal novembre 2015 questa esigenza di approfondimento ha trovato il proprio esito in un nuovo supplemento tematico, in uscita con il giornale il giovedì, dal titolo *Origami*, diretto da Cesare Martinetti. A questi anni risale inoltre la fusione dell'Editrice La Stampa, parte del gruppo FCA, e la più piccola Società Edizioni e Pubblicazioni di Carlo Perrone, proprietario de *Il Secolo XIX* di Genova, per la formazione, dal 2014, di un nuovo gruppo editoriale, Italiana Editrice, con duecentoquaranta giornalisti di redazione e oltre duecentosessantamila copie vendute ogni giorno.

La Stampa ha cambiato nel tempo diverse sedi, in varie zone di Torino: fondata in una tipografia di Via Dora Grossa (l'attuale Via Garibaldi), in seguito si è spostata in Piazza Solferino; poi in via Roma e, dal 1968, in un edificio appositamente costruito in via Marengo. Dal 10 settembre 2012, la nuova sede del giornale è in via Lugaro 15, sempre a Torino. Il *layout* della redazione è particolarmente innovativo, con una inedita collocazione delle scrivanie dei settori in cerchi concentrici, una disposizione ideata dall'allora vicedirettore Vittorio Sabadin e approvata dal direttore Mario Calabresi. Nella sede di via Lugaro è aperto al pubblico anche un piccolo museo de *La Stampa*, molto visitato da scolaresche e lettori.

La Stampa rimane uno dei quotidiani più apprezzati dell'Italia nord-occidentale. Il legame con il pubblico deriva anche dalla cura delle pagine di cronaca locale, diverse per ciascuna provincia, e da rubriche come il summenzionato "Specchio dei tempi", tanto che ormai l'idea di scrivere al giornale per protestare è diventata a Torino un'espressione proverbiale.

Tra gli appuntamenti fissi per molti lettori, va ricordata inoltre una rubrica quotidiana tenuta da Massimo Gramellini dal 1999, in taglio basso, sulla prima pagina: si intitola "Buongiorno" e commenta, tra ironia e partecipazione, un avvenimento del giorno in ventidue righe.

Scheda

La Gazzetta dello Sport

di Michele Aglieri

Pedagogista e insegnante all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e di Brescia, alla Scuola superiore di Scienze dell'educazione San Giovanni Bosco di Firenze-Massa e all'Istituto Superiore di Scienze Religiose di Crema-Cremona-Lodi

La Gazzetta dello Sport è il più importante quotidiano a tema sportivo in Italia (tanto da avere un soprannome che lo contraddistingue in modo univoco: “la Rosa”, anche se il caratteristico colore delle sue pagine non è sempre stato il rosa, apparso in qualche pagina nel novembre 1898, per diventare definitivamente il colore istituzionale dal due gennaio 1899). Oggi fa parte del Gruppo editoriale RCS e ha sede in via Rizzoli a Milano, dopo molti avvicendamenti di sede e di proprietà.

■ La nascita della *Gazzetta*

Il tre aprile del 1896 avremmo potuto acquistare il primo numero della *Gazzetta*: non di un quotidiano, ma di un giornale che usciva al lunedì e al venerdì. L'avremmo comperato per cinque centesimi di lira. Era composto da quattro pagine (e non quarantotto come oggi), di color verde, su cinque colonne (oggi sono sei, in formato *tabloid* dal 2008, dopo aver sperimentato molti formati). In prima pagina avremmo trovato le notizie sul ciclismo e – in minima parte – sull'atletica. Nel taglio basso, faceva bella mostra un antico esempio di *réclame*: quella della ditta Carlo Tardy di Torino, che vendeva camere d'aria e coperture ciclistiche e prometteva la restituzione di quelle “non di qualità superiore e perfette”.

La Gazzetta era nata per iniziativa di Eliso Rivera e Eugenio Camillo Costamagna, Direttori de *Il Ciclista* e *La tripla* (le prime uscite della *Gazzetta* riportavano nella testata anche i nomi di questi giornali). L'editore era Sonzogno e la Redazione – composta da cinque persone – era ubicata in via Pasquirolo a Milano.

In quegli anni gli sport stavano acquistando popolarità (si consideri che erano nate le prime federazioni sportive – come la Federciclismo – e che, proprio tra il sei e il quindici aprile del 1896, in Grecia si celebrarono i primi Giochi olimpici dell'era moderna) e vi era un certo numero di giornali dedicati (*Il Corriere della Sera* pubblicava *Il Ciclo*), ma il merito della *Gazzetta* fu di fornire un servizio informativo che abbracciasse tutti quelli più popolari (tra cui non figurava il calcio, che sarebbe diventato importante molto tempo dopo: sulle pagine dei primi numeri si poteva leggere di ciclismo e atletica, di ippica, e poco dopo sarebbero comparse boxe e automobilismo).

■ Il colore della carta e altre curiosità

Sono stati molti i cambiamenti di impostazione del giornale nel tempo. Il più curioso è stato l'avvicinarsi delle varie colorazioni della carta con cui veniva stampato (le scelte erano sempre dettate da criteri di natura economica): dal verde degli esordi alla sperimentazione del giallo, al bianco, fino al rosa, comparso per la prima volta nel 1898, diventato poi il colore istituzionale (da sottolineare che in tempo di guerra si fece ricorso a pagine di colori diversi, vista la penuria di carta).

La prima sperimentazione della *Gazzetta* come quotidiano è del 1913, ma occorrerà attendere il 1945, dopo la seconda guerra mondiale, perché questa soluzione si stabilizzi.

La Gazzetta dello Sport nei molti anni di vita è stata organizzatrice di tanti importanti eventi sportivi e di lodevoli iniziative. Ne citiamo due su tutti:

- nel 1909 istituì il Giro d'Italia, la corsa ciclistica più importante sul nostro territorio nazionale ancora oggi popolarissima;
- nel periodo della Grande guerra, la *Gazzetta* pubblicò un'edizione in trentamila copie dedicata al fronte e permetteva la corrispondenza con i soldati italiani in armi.

■ I direttori e le firme illustri

La *Gazzetta* ha conosciuto venticinque avvicendamenti di direzione, dettati da una molteplicità di fattori (compresa la chiamata alle armi). Non sono certo mancati anche allontanamenti improvvisi e separazioni dolorose. Basti ricordare che già nei primi anni Eliso Rivera, su cui durante i moti di Milano del 1898 pendeva l'accusa di anarchismo, conobbe il carcere e, una volta libero, si dimise da direttore della *Gazzetta* ed emigrò in Argentina. E nel 1902 Roderico Rizzotti, succeduto a Rivera alla codirezione con Costamagna, si dimise poiché in disaccordo con quest'ultimo.

In un'intervista del 2006 e riproposta dieci anni dopo (in occasione del centovesimo anniversario del giornale), Candido Cannavò, uno degli storici direttori della *Gazzetta*, ha ricordato alcune delle firme più illustri: Bruno Roghi – direttore dal 1936 al 1943 – («è obbligatorio rileggere le cronache dei due mondiali di calcio vinti dall'Italia [...] le sue partite erano un'epopea»), Lando Ferretti (nel Comitato di redazione dal 1923 al 1924), Giuseppe Ambrosini (codirettore e direttore dal 1950 e per dieci anni), Vincenzo Torriani, Gianni Brera (codirettore dal 1950 al 1954), Giorgio Fattori, Mario Fossati («l'humor fatto penna, lo stile brillante, il rifiuto della retorica»), Gigi Gianoli, Giovanni Mosca («che ha sperimentato sulla rosea i suoi celebri elzeviri»), Oreste Del Buono, Gualtiero Zanetti, e Gino Palumbo (direttore dal 1976 al 1983)¹. Giova ricordare tanti altri giornalisti illustri, come Gianni Mura o Rino Tommasi. La *Gazzetta* dunque è stata nel tempo il luogo in cui si sono avvicendate grandi firme dello sport raccontato sulla carta.

■ La distribuzione e il formato

Oggi *La Gazzetta dello Sport* è distribuita sul territorio nazionale in formato *tabloid* a sei colonne e, a seconda del territorio in cui viene acquistata, è prodotta in varie edizioni locali. Di domenica esce con il titolo *La Gazzetta sportiva* (curiosità: una legge ormai abrogata un tempo vietava ai giornali di uscire per più di sei giorni a settimana, ed è a questa tradizione che si deve la scelta editoriale di cambiare denominazione la domenica).

Secondo gli ultimi dati certificati di ADS (Accertamenti Diffusione Stampa) riferiti all'anno 2014, *La Gazzetta dello Sport* ha una tiratura media di 314.393 copie, 362.030 il lunedì. Risulta il quotidiano sportivo più diffuso in Italia.

1. E. Trifari, *Gazzetta dello Sport, che storia! Ce la racconta Candido Cannavò*, «La Gazzetta dello Sport», del 3 febbraio 2016.

L'attuale direttore de *La Gazzetta dello sport* è Andrea Monti, il vicedirettore vicario è Gianni Valenti, e i vicedirettori sono Pier Bergonzi, Stefano Cazzetta, Andrea Di Caro e Umberto Zapelloni. La proprietà è di RCS MediaGroup S.p.A. con sede in via Rizzoli a Milano, che si occupa anche della gestione degli spazi pubblicitari. Viene trasmessa dalle sedi di Pessano con Bornago (MI), Roma, Padova, Torino, Modugno (BA), Catania, Elmas (CA), Koropi (Grecia), Nivelles (Belgio), Coslada (Spagna), Malta e Cipro.

■ La Gazzetta sul web

Oggi la *Gazzetta*, in linea con altri quotidiani nazionali o locali, offre il supporto di un sito Internet (www.gazzetta.it) che esiste dal 1997 e, su abbonamento, della *Digital Edition*.

Il sito Internet ha la veste dei più aggiornati prodotti analoghi: oltre alla possibilità di leggere le notizie del giorno, i lettori dispongono di molti servizi interattivi come *forum* pubblici a valle dei singoli articoli (per la partecipazione attiva è richiesta una registrazione), *blog*, *community*, votazioni, RSS e *App* dedicate per l'accesso tramite *smartphone* e *tablet*.

La *Digital Edition* consente di sfogliare su supporto elettronico il quotidiano del giorno e i rispettivi collaterali, consultare gli archivi, scaricare i singoli contributi in vari formati. Vi si accede su abbonamento.

Recentemente è stato sperimentato anche un canale televisivo – *Gazzetta TV* – sospeso dopo circa un anno di vita a causa dell'insuccesso negli ascolti.

■ Un quotidiano in continua evoluzione

Sfogliando una *Gazzetta* di oggi e comparandola a qualche uscita di tanti anni fa, appare evidente la sovraesposizione del calcio quale sport di riferimento. Ciò è in linea con le tendenze della cultura dello sport in Italia, piuttosto omologata, a discapito di tanti altri sport che vengono definiti “minori” (i più trattati sono automobilismo e motociclismo – nelle accezioni di Formula 1 e Moto GP in grandissima parte –, basket italiano e NBA, ciclismo, volley e una particolare attenzione è data ai “*media event*”: Olimpiadi, Giro d'Italia etc). Interessanti, in proposito, sono le parole dell'attuale direttore Andrea Monti: «[...] certo non è un caso se, negli anni Cinquanta, una vittoria di Magni al Giro d'Italia oscura e sovrasta la conquista dello scudetto da parte del Milan, ridotta a un misero taglio basso. Oggi si lotta perché non avvenga il contrario, perché la tradizione sia mantenuta, perché l'appetito di un calcio vorace e milionario non si mangi tutto. Perché è giusto così, e comunque questo deve restare il mondo della *Gazzetta*, il suo lessico familiare, il suo piccolo ma tenace taglio dirigista»². C'è da augurarsi allora che questo importante giornale mantenga sempre una sua autonomia, al servizio di una cultura dello sport vasta e plurale.

Si è assistito anche a un ampliamento dello spazio dedicato alle immagini (dal 1996 compare il colore e, dal 2008, per iniziativa del direttore di allora, Carlo Verdelli, l'intero quotidiano è a colori). Un dato curioso, e oggi molto di tendenza, è

2. A. Monti, Buone le prime, in E. Trifari, F. Arturi, *La Gazzetta dello sport. Le emozioni, I protagonisti, le sfide dalla nascita fino alla XXX Olimpiade*, Rizzoli, Milano 2012, p. 10.

la comparsa del “fantasport”: la *Gazzetta*, infatti, è il principale strumento a supporto dei campionati *Fantacalcio*, ed è promotrice in prima persona di una di queste iniziative, che possono essere seguite sia sul giornale cartaceo sia *online*.

Con l'occhio attento a un pubblico giovane (e magari poco incline a comprare la mattina altri giornali), si nota l'introduzione di alcune pagine poste in fondo al giornale dedicate ai principali fatti politici e di cronaca (*Altri mondi*), con uno stile snello e chiaro. La *Gazzetta* si propone quindi come quotidiano a tutto tondo, capace di parlare di sport ma a anche di tenere il lettore ancorato a notizie di altro tipo. Il principale collaterale è *Sportweek*, che esce il sabato, ma non mancano molte altre iniziative periodiche.

Non mancano alcuni elementi più tradizionali e oggi molto importanti per il riconoscimento di un quotidiano, come l'angolo della posta dei lettori e la rubrica *Piccoli annunci*, dedicata alla compravendita e alle ricerche di lavoro dei privati.

Fonti:

P. Murialdi, *Storia del giornalismo italiano*, Il Mulino, Bologna 2006.

E. Trifari, F. Arturi, *La Gazzetta dello sport. Le emozioni, I protagonisti, le sfide dalla nascita fino alla XXX Olimpiade*, Rizzoli, Milano 2012.

E. Trifari, *Gazzetta dello Sport, che storia! Ce la racconta Candido Cannavò*, «La Gazzetta dello Sport», 3 febbraio 2016.

Sito di RCS MediaGroup (<http://www.rcsmediagroup.it/>).

Sito di Accertamenti Diffusione Stampa (<http://www.adsnotizie.it/index.asp>).

Pagina *La Gazzetta dello sport*, Wikipedia (https://it.wikipedia.org/wiki/La_Gazzetta_dello_Sport), numero totale di modifiche: 733; ultimo aggiornamento: 27 maggio 2016.

Scheda

Orientare i docenti in una lezione tipo de “Il Quotidiano in Classe” con un giornale locale.

di Piero Cattaneo

Docente a contratto presso Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e Piacenza e Coordinatore didattico dei licei presso l'Istituto Sociale di Torino

La scheda didattica vuol essere un semplice aiuto per i docenti impegnati con le loro classi nel Progetto “Il Quotidiano in Classe” utilizzando un giornale locale.

Il primo punto di attenzione per il docente è rappresentato dal “rapporto” tra i giovani studenti e il giornale locale preso come riferimento. Questo può coincidere con uno dei quotidiani messi a disposizione dal progetto e che si caratterizza come giornale locale in quanto interamente dedicato a un determinato contesto territoriale.

In questo caso il giornale locale si identifica con la città (es. *Gazzetta di Parma*, *Gazzettino di Venezia*, *Giornale di Vicenza*) e i giovani conoscono abbastanza bene il giornale quotidiano locale perché spesso presente in famiglia o comunque noto per alcune parti di interesse per i giovani (es. eventi sportivi, musicali, progetti di coinvolgimento dei giovani, iniziative rivolte ai giovani ecc.).

In altri casi il giornale quotidiano locale abbraccia nella sua pubblicazione un territorio che supera la città di riferimento e, attraverso pagine dedicate, viene pubblicato e distribuito in un ambito territoriale interprovinciale e/o interregionale.

La differente estensione territoriale di riferimento del giornale locale non è di poco conto, in quanto cambia in modo significativo il “rapporto” del lettore con il giornale stesso.

E allora come è possibile utilizzare il giornale locale in una lezione utile a promuovere gli obiettivi del progetto “Il Quotidiano in Classe?”

Si propongono alcuni suggerimenti operativi, con il solo intento di aiutare i docenti e quindi gli allievi a un uso funzionale del giornale quotidiano locale:

1. La conoscenza, l'uso del giornale in famiglia, la presenza del quotidiano locale nella giornata dello studente (ad esempio a scuola, nella sede dell'associazione sportiva frequentata, nei vari ambienti in cui casualmente o abitualmente gli allievi si riuniscono o si incontrano). Gli studenti sfogliano, leggono, sanno che c'è un giornale locale?

Quanti allievi della classe (o delle classi) hanno “contatti ravvicinati” con il giornale della città o della zona?

Questo primo sondaggio, abbastanza informale, permetterebbe al docente e ai ragazzi stessi di rendersi conto dell'importanza o meno del giornale locale nella loro “vita” di adolescenti?

2. L'eventuale “presenza” significativa del giornale locale nel vivere quotidiano degli allievi può stimolare a un confronto in classe sulle varie sezioni o parti del giornale che incontrano l'interesse e la motivazione degli allievi.

Un secondo confronto potrebbe evidenziare su quali aspetti si concentra l'attenzione degli studenti (politica, economia, cronaca, sport e spettacoli, ecc.) e conoscerne le motivazioni.

Il rapporto tra i giovani e il giornale locale spesso è piuttosto “forte” in quanto i problemi, gli eventi, le persone, gli sviluppi di vicende, i fatti di cronaca, sono strettamente collegati con il territorio in cui vivono i giovani lettori.

Il giornale quotidiano locale è per sua natura molto attento a “documentare” e a “informare” i lettori su quanto sta avvenendo e/o su quanto si sta decidendo per il futuro della città (o del territorio) nei vari settori dell’attività sociale, economica, politica, culturale e spesso anche ambientale.

3. Il confronto in classe tra il docente (o i docenti) e gli allievi potrebbe far emergere un interesse o una motivazione particolarmente alta verso un problema o un evento, un progetto o un fatto di cronaca, una scelta politica o l’intenzione di modificare alcuni assetti urbanistici a garantire o meno alcuni servizi (sociali, sanitari, riciclaggio rifiuti, raccolta differenziata, trasporti, ecc.).

In questi casi, il confronto in classe potrebbe aiutare gli allievi a prendere posizione verso i cambiamenti proposti oppure stimolarli a fare domande, porre quesiti a interlocutori ben definiti in quanto da loro individuati e spesso anche conosciuti direttamente o indirettamente.

Allora il confronto si trasforma in volontà di partecipare alla vita della “polis”, a dare il proprio contributo per il miglioramento della vita della città (e del territorio).

4. Nulla vieta, anzi sarebbe opportuno, che il tema o il problema o il progetto, su cui in classe c’è attenzione e interesse, venisse affrontato con l’invito a scuola del “personaggio politico” (o dell’esponente dell’Ente o dell’Associazione) che si è fatto promotore di qualche iniziativa che ha destato interesse nei giovani.

Il giornale locale potrebbe diventare, in questi casi, il tramite per facilitare il confronto diretto, ad esempio, tra i responsabili della Pubblica amministrazione o di altre istituzioni o amministrazioni, con i giovani.

Questa evenienza è più realistica in termini di fattibilità rispetto a iniziative promosse a livello nazionale.

5. A seguito dell’eventuale incontro/confronto degli allievi di una o più classi con rappresentanti di Enti locali, gruppi e/o associazioni – o anche con semplici cittadini che si sono resi protagonisti di episodi di rilevanza culturale, sociale, economica, di particolare interesse per i giovani – gli studenti, sotto la guida dei loro insegnanti, potrebbero elaborare proposte e/o progetti per la soluzione dei problemi esaminati e discussi e affrontare o avanzare proposte su questioni che li riguardano direttamente in quanto “studenti” e “cittadini” di una determinata comunità.

In questo caso il gruppo classe si trasforma in un gruppo progettuale e redazionale perché la proposta e/o il progetto potrebbe essere comunicato al giornale locale e quindi far conoscere a un pubblico più ampio le idee e le iniziative nate in ambito scolastico.

6. In relazione all’interesse suscitato e alla reazione dei lettori del giornale locale, e anche alla curiosità e alla volontà di raccogliere eventuali consensi sulla propria proposta, i giovani studenti, attraverso il giornale locale e anche i *social network* o eventualmente il sito del giornale locale, possono rivolgersi anche ai loro compagni di altre classi, di altri istituti, di altre città in cui il giornale locale viene distribuito, per trovare consenso e supporto alla propria iniziativa.

In sintesi, per i giovani studenti poter avere un giornale locale a disposizione può davvero essere una opportunità importante. Soprattutto se è già presente un rapporto particolarmente significativo tra i giovani, le loro famiglie, la scuola, le associazioni da loro frequentate e il giornale locale, tale rapporto può ulteriormente crescere in futuro grazie all'intraprendenza e alla capacità propositiva dei giovani, nella prospettiva di migliorare il loro contesto di vita in qualità di cittadini responsabili, creativi e determinati ad agire per il bene comune della collettività.

Scheda

La Nazione

di Gianluigi Sommariva

Scrittore per ragazzi

■ **Nomen omen: nel nome tutto un programma.**

La storia di *La Nazione* coincide perfettamente con quella dell'Italia, dall'unità ai giorni nostri. Pochi altri quotidiani, infatti, possono vantare una fondazione precedente al 1861, l'anno in cui nacque il Regno d'Italia. Lo stesso nome del quotidiano era tutto un programma, dal momento che il problema unitario era visto sin dal numero zero del 14 luglio 1859 non come frutto della semplice aggregazione al Piemonte dei vecchi stati regionali, ma come creazione di un'entità statale forte, espressione di una vera Nazione. All'indomani dell'armistizio di Villafranca, che rimetteva in discussione il processo unitario dopo il ritiro di Napoleone III dalla seconda guerra di indipendenza e provocava le dimissioni di Cavour, non era facile continuare a credere nell'obiettivo di un'Italia unita all'insegna del binomio "Italia-Vittorio Emanuele II". Tra i non molti intellettuali che si ostinarono nelle loro posizioni liberali e unitarie vi fu Bettino Ricasoli, il "Barone di Ferro", fino a quel momento ministro dell'interno del nuovo governo provvisorio. Il giornale sorse pertanto con il preciso scopo di far convergere i maggiori rappresentanti del fronte liberal-costituzionale verso la soluzione unitaria, senza tuttavia escludere gli esponenti del movimento democratico e popolare facente capo a Mazzini. «Propugnare gli interessi italiani a i grandi principi di indipendenza, unità e libertà»: questa dichiarazione di intenti del neonato giornale avrebbe trovato, nel glorioso triennio che va dal 1859 al 1861, una realizzazione che fino a pochi mesi prima sembrava velleitaria.

Di quegli avvenimenti decisivi per le sorti dell'Italia *La Nazione* fu interprete appassionata, seguendo la spedizione dei mille con "inviati speciali" del calibro di Alexandre Dumas e Giuseppe Bondi e avvalendosi della collaborazione di personalità come Massimo D'Azeglio, Niccolò Tommaseo, Luigi Settembrini, Silvio Spaventa, Giosuè Carducci, Luigi Capuana, Edmondo De Amicis, Pasquale Villari, Carlo Lorenzini, Alessandro D'Ancona, Giulio Piccini (Jarro) e Pietro Coccoluto Ferrigni (Yorick). Il giornale era legato alle nuove vicende del Regno che dalle sue pagine aveva contribuito a far sorgere e, al tempo stesso, restava espressione della consorte toscana facente capo al Ricasoli, nucleo forte della Destra storica. Con la sua toscanissima lingua e la sua scelta di restare a Firenze anche dopo lo spostamento della capitale a Roma, dimostrava, infatti, di voler legare definitivamente le sue sorti a quelle del capoluogo toscano, in cui diventava ben presto il *giornale* per antonomasia. Radicamento nel territorio e dimensione nazionale furono dunque sin dalle origini la duplice vocazione del quotidiano. Certo lo spostamento della capitale a Roma mise *La Nazione* in difficoltà economiche (riduzione delle copie e degli inserzionisti), ma per salvarla, nel 1879, intervennero, prima di morire, il suo fondatore Bettini Ricasoli e pochi altri notabili, convinti che la sua scomparsa sarebbe stata una grave perdita per Firenze e per l'Italia. I burrascosi eventi della fine del XIX secolo (ad esempio lo scandalo della Banca Romana) costrinsero anche il giornale di Firenze a cambiamenti di proprietà (dal Banco Fenzi all'avvocato e deputato Augusto Berazzuoli) e direzione (nel 1894 divenne direttore Vico Mantegazza, ex-inviato in Africa del *Corriere*), mentre la linea

politica filocrispina rischiava di non far comprendere alla nuova direzione, e alle classi dirigenti liberali di cui era espressione, il senso della crisi sociale e politica che il Paese, agli inizi del processo di industrializzazione, stava attraversando.

■ **Sobrietà formale: un giornalismo senza *scoop***

La tentazione della retorica e la ricerca del linguaggio a effetto sono sempre stati pericoli ricorrenti del linguaggio giornalistico. Ebbene, *La Nazione*, forse per il taglio “colto” che ebbe sin dalle origini, forse per la qualità dei suoi tanti e prestigiosi collaboratori, forse per la consapevolezza che “fatta l’Italia, bisognava fare gli italiani”, forse semplicemente perché al sensazionalismo preferiva il servizio concreto di informazione ai suoi lettori, evitò questi rischi. La sobrietà formale, che la spinse a rifiutare i toni trionfalistici anche quando avrebbe potuto usarli (come nel caso della schiacciante vittoria dei “sì” nel plebiscito di annessione della Toscana al Piemonte), le procurò prestigio in tutta l’Italia. *La Nazione* si rivolgeva non solo al pubblico interessato alla vita cittadina, ma anche a quello attento alle vicende nazionali e internazionali. Non era quindi un caso che l’editore Barbera portasse la tiratura a quattromila copie e aumentasse il formato da quattro a sei colonne; che il quotidiano si avvallesse, tra i primi, delle notizie di agenzia (la Stefani); che si rendesse presto necessario il trasferimento nella tipografia dei successori Le Monnier in via San Gallo 33. A differenza di quanto avvenuto negli Stati Uniti con i giornali popolari (*penny press*), venduti a poco prezzo per le strade da uomini alla ricerca di scandali più che di notizie, il nostro giornalismo – e *La Nazione* lo conferma – era rappresentato da persone note e apprezzate, aveva un preciso significato politico e si rivolgeva a un pubblico ristretto (essendo molto alto il tasso di analfabetismo). Non c’era ancora, ovviamente, il senso della cronaca e della notizia come la intendiamo oggi, con tutti i particolari possibili, ma l’attenzione ai dibattiti cittadini e ai problemi concreti era costante. Tra i tanti esempi, basti ricordare l’appassionata discussione che, in vista del plebiscito di annessione al Piemonte, divise l’opinione pubblica sulla proposta di estendere il voto alle donne (tra gli oppositori, vi fu anche chi riteneva superfluo il voto femminile dal momento che «le donne non farebbero altro che votare come i loro mariti»).

■ **Un giornale moderno di fronte a nuovi problemi**

Con il passaggio alla stamperia Le Monnier, il giornale vendeva a Firenze (allora con una popolazione di centotrentamila abitanti) circa cinquemila copie al giorno, un risultato straordinario per quei tempi. Dopo la breve direzione di Giuseppe Civinini (morto in miseria, uno di quegli uomini per cui la politica e il giornalismo erano ideali di vita), a prendere le redini del giornale fu Celestino Bianchi, che per tanti aspetti lo modernizzò: apertura quotidiana alla vita della città, alla moda e alla “società elegante”, agli spettacoli, allo sport, alle corrispondenze dall’estero di scrittori d’eccezione come Edmondo De Amicis, ai *feuilleton*, i romanzi d’appendice che, a puntate, rafforzavano la fedeltà di lettura, alle cronache ironiche e divertenti di Yorick sui grandi lavori di ristrutturazione della città o sulle vacanze della borghesia, alle notizie finanziarie ed economiche, alla pubblicità. Agli inizi degli anni Ottanta cominciarono a comparire sul quotidiano grafici e cartine geografiche esplicative, che facilitavano la comprensione di eventi (come la guerra russo turca) altrimenti collocati in una nebulosa dimensione spaziale. L’acquisto di una *linotype* e di una nuova rotativa consentì

di aumentare le pagine e, alla morte di Celestino Bianchi nel 1885, *La Nazione* era ormai indiscutibilmente il giornale dei fiorentini.

Non fu comunque facile per il quotidiano affrontare i nuovi problemi sociali della burrascosa fine del secolo XIX. La concorrenza di nuovi giornali fiorentini, come *Il Corriere italiano* e il *Fieramosca*, molto attenti sotto questo profilo, e la linea politica filocoloniale del direttore Vico Mantegazza, fecero perdere consensi a *La Nazione*, che cercò il proprio riscatto in una maggiore attenzione alla cronaca.

Anche durante il periodo giolittiano il giornale rimase su posizioni conservatrici, giudicando molto pericolose le aperture del “nefastissimo uomo di Dronero” al mondo del lavoro e al partito socialista. Disponibilità, invece, anche se da posizioni sempre laiche, all’inserimento dei cattolici nella vita pubblica. La riconquista, nel 1910, da parte dei liberali dell’amministrazione cittadina fu salutata come un ritorno alla vita, mentre di fronte a “ragazzacci” come Papini e Prezzolini e alle loro “sguaiataggini” il giornale assumeva un tono di bonario paternalismo. Alla vigilia del primo conflitto mondiale, sostenne, dopo qualche incertezza, la campagna interventista, condividendo nell’immediato dopoguerra il malessere per la “vittoria mutilata” e seguendo con attenzione l’impresa fiumana. Dal 1914, *linotypes* e rotative passarono nella stamperia di Attilio Vallecchi, sede che ospiterà il giornale fino al 1966, quando fu costruito il nuovo edificio di via Paolieri, dove si trova ancor oggi la redazione. Nel 1927, Egidio Favi, già direttore amministrativo, acquistò l’immobile che ospitava tipografia e redazione. Lo stabilimento del giornale era tra i più avanzati d’Europa.

■ Fascismo, guerra e dopoguerra

Se per *La Nazione*, durante il fascismo, vale il discorso comune a tutti gli altri giornali, vale a dire il conformismo politico imposto dal regime, va anche precisato che il quotidiano fiorentino non perse, nel Ventennio, il legame profondo con la città, segnalandosi per le pagine dedicate alla cultura (*Maggio Musicale*, sviluppo urbanistico, visite di sovrani e capi di Stato) e alla cronaca (coraggioso il resoconto di una manifestazione in ricordo dell’assassinio di Giacomo Matteotti). A traghettare il giornale durante il difficile periodo dell’avvento del fascismo (1919-1923) fu Carlo Scarfoglio. La sapiente gestione di Egidio Favi seppe evitare che alla direzione del quotidiano finissero personaggi attivi del fascismo fiorentino. Lo prova la nomina a direttore di Umberto Guglielmotti, che guidò saggiamente *La Nazione* fino al 1932. Gli subentrò, fino alla caduta del regime, Maffio Maffii, che tornava a Firenze dopo aver diretto il *Corriere*. Con lui il quotidiano ebbe un notevole sviluppo di tirature e vendite, acquistando prestigio e meritandosi l’attenzione crescente degli inserzionisti pubblicitari. Le pagine giunsero fino a dodici per un solo numero, spesso ai lettori si offrivano inserti su temi specifici, i settori erano ben precisati, ogni notizia aveva il suo titolo.

Spenti i primi entusiasmi e le illusioni di una vittoria facile e rapida, anche *La Nazione* cominciò a fare i conti con la realtà e le norme pubblicate in cronaca, su come comportarsi durante i bombardamenti, misero in allarme i fiorentini: di lì a poco la popolazione ebbe la prova certa che tutto il castello di carta della retorica bellicista stava crollando. Con l’ingresso degli alleati in città, il quotidiano sospese le pubblicazioni, sostituita da *La Nazione del Popolo*, organo del Comitato Toscano di Liberazione. Fu ancora grazie a Favi se le riprese il 27 marzo 1947 (con il nome di *La Nazione Italiana*) e grazie a un grande direttore, Giulio Caprin, il cui articolo di fondo significativamente si intitolava “Ripresa”.

■ Un'attenzione costante a Firenze, all'Italia, al mondo globalizzato

Negli anni Cinquanta *La Nazione* raggiungeva una tiratura che si avvicinava alle centomila copie e lo stabilimento tipografico fu venduto dagli eredi di Favi alla "Società editoriale La Nazione", presieduta dal cavaliere Giorgio Barbieri, industriale bolognese. La direzione di Alfio Russo (dal 1952 al 1961) diede un grande impulso al giornale, che aveva una rete di corrispondenti dalle capitali europee e dagli USA. Nel 1953 era in edicola anche *Nazione Sera*. Con l'ingresso nella "Società la Nazione" di Oscar Maestro, fondatore di una grande impresa di pubblicità, accanto a Barbieri venne a trovarsi il cavaliere del lavoro Attilio Monti, petroliere e finanziere, che diede prestigio e ulteriore solidità economica al giornale. Nel 1966, Monti, che già aveva acquistato *Il Resto del Carlino* di Bologna e il quotidiano sportivo *Stadio*, divenne proprietario anche di *La Nazione*, dando vita così alla realtà editoriale più importante del centro Italia, con un radicamento nel territorio senza confronti rispetto alle altre testate. Il 1966 è l'anno dell'alluvione di Firenze, una grande tragedia, ma anche uno straordinario esempio di solidarietà (si pensi ai tanti giovani accorsi a salvare libri e opere d'arte). Lo stabilimento di *La Nazione*, devastato dal fiume, era inagibile, ma grazie all'editore Monti, che mise a disposizione dei fiorentini la tipografia di Bologna, e all'abnegazione di giornalisti e tipografi, il quotidiano non fu costretto a sospendere le pubblicazioni e poté tornare in edicola a tempo di record.

Se la storia successiva del giornale deve molto all'editore Monti, allo spirito di corpo delle maestranze e alla professionalità e passione dei suoi direttori (fino all'attuale, Pierfrancesco De Robertis), non minor peso, nel successo della testata, va attribuito alla fedeltà alla sua tradizione liberale, che ha rappresentato una bussola sicura in mezzo a tanti sconvolgimenti e disastri ideologici del mondo contemporaneo. Certo non bisogna dimenticare anche la tempestività con cui *La Nazione* ha saputo adeguarsi alle nuove tecniche di stampa, passando dalla composizione "a piombo" a quella "a freddo", fino alla totale computerizzazione degli anni Novanta. Già negli anni Ottanta, del resto, il giornale fu tra i primi a offrire una rivista in quadricromia e giunse a sfiorare in certi giorni le duecentomila copie. L'adeguamento tempestivo ai nuovi metodi produttivi e la scommessa di Andrea Riffeser Monti, nipote di Attilio, di far convivere nelle pagine dei tre quotidiani di sua proprietà (*La Nazione*, *Il Resto del Carlino* e *Il Giorno*) realtà locale e mondo globalizzato attraverso la creazione di *QN* (*Quotidiano Nazionale*) hanno consentito di raggiungere importantissimi risultati: superare la crisi di vendite che ha interessato tutta la stampa italiana e in particolare quella regionale; trasformare in nuove opportunità di crescita anche i settori, come Internet, potenzialmente concorrenti della carta stampata (di qui la nascita di "La Nazione.it").

A più di un secolo e mezzo dalla sua fondazione in pieno periodo risorgimentale, *La Nazione*, il giornale di Firenze con diciassette edizioni locali, prosegue dunque la sua strada, fedele al programma che è iscritto nel suo stesso nome e che resta ancora in gran parte da realizzare nel nostro Paese.

Scheda

Il Giorno

di Gianluigi Sommariva

Scrittore per ragazzi

■ L'Italia del “miracolo”

La storia de *Il Giorno*, iniziata nel 1956, quando, il 21 aprile, uscì il primo numero, si può comprendere solo collocandola in quel periodo di ripresa del nostro Paese che prende il nome di “miracolo” economico (anche se tale espressione un po’ sensazionalistica è contestata da alcuni storici). È certo che la società italiana stava rapidamente cambiando, l’economia, grazie anche al *trend* positivo a livello mondiale, era in rapida ripresa; la ricostruzione dell’Italia, dopo i disastri della guerra, faceva sperare in un futuro più sereno, cominciavano a diffondersi nuovi bisogni, desideri, stili di vita. A governare il cambiamento era la Democrazia cristiana, il partito di maggioranza, ma sempre più si avvertiva anche al suo interno l’esigenza di un allargamento dell’area di governo, per far fronte alle sfide poste da una crescita tumultuosa e dal quadro internazionale, in movimento anche in Europa dopo il lungo inverno staliniano (con il ben noto “disgelo”). Nel 1954 faceva la sua comparsa nel nostro Paese la TV, con le sue prime trasmissioni, una delle quali, dedicata agli agricoltori, lasciava chiaramente intendere come fosse ancora forte in Italia il settore primario. La carta stampata, dominata dalla posizione egemone del *Corriere della sera*, guardava con diffidenza al nuovo *medium*, di cui, nel complesso, sottovalutava le potenzialità. I giornali, impostati in maniera tradizionale e sostanzialmente legati al potere politico (per loro non era certo facile lasciarsi alle spalle l’eredità ingombrante del Ventennio), stentavano ad adattarsi al cambiamento in atto e fornivano un’informazione ancora un po’ paludata ed elitaria. Eppure cominciava a farsi strada l’esigenza di un ammodernamento, nei contenuti e nelle forme, della comunicazione giornalistica. C’era bisogno di un quotidiano nuovo, più al passo con i tempi, più popolare e rispondente alle esigenze di un pubblico che, grazie alla scolarizzazione di massa, andava allargandosi e chiedeva di capire la nuova realtà attraverso un’informazione agile e puntuale.

■ Un quotidiano innovatore per un paese in trasformazione

Questo quotidiano fu *Il Giorno*, voluto da Enrico Mattei, che intendeva, fra l’altro, rispondere con un proprio giornale agli innumerevoli attacchi da cui era bersagliato. Insieme a Mattei ebbero un ruolo determinante, nella nascita della nuova testata, l’editore Cino del Duca, assai noto in Francia per i suoi settimanali femminili a larghissima diffusione, ed Ernesto Baldacci, giornalista dimessosi dal *Corriere* e in cerca di un proprio percorso editoriale. Il nuovo giornale assumeva un’immagine alternativa a quella “ufficiale” del *Corriere*. «Se abbiamo fatto una prima pagina uguale o simile a quella del *Corriere* – diceva Baldacci ai suoi collaboratori – dobbiamo chiederci dove abbiamo sbagliato». I rischi, anche economici, cui si prestava la creazione di un nuovo giornale, che avesse al contempo le caratteristiche di una testata popolare e non cedesse a forme di semplificazione e banalizzazione, erano concreti. Sfidare un colosso come il *Corriere* poteva inoltre sembrare un’impresa impossibile, una sfida

da “Davide contro Golia”. Entrambi gli ostacoli furono brillantemente superati grazie sia all’ottima direzione di Baldacci, sia alla squadra di giovani e valenti giornalisti confluì nella testata, che vi portarono una ventata di entusiasmo, competenza, amore per la verità, desiderio di rendere ai lettori un servizio autentico.

Oltre all’introduzione rivoluzionaria del colore, una novità importante era già presente nella prima pagina del primo numero, concepita a vetrina e stampata in rotocalcografia. La colonnina d’apertura prendeva il posto dell’articolo di fondo ed era firmata da Cino Del Duca e Gaetano Baldacci, vale a dire editore e direttore: un fatto senza precedenti nel giornalismo italiano. «Come impresa editoriale *Il Giorno* si propone di dare ai lettori il massimo di informazione col massimo di obiettività [...]. Noi crediamo di portare un contributo sincero e imparziale alla vita della democrazia, ancora tanto precaria». Nei numeri successivi, la colonna fu occupata dalla testatina “Situazione” dove, invece del tradizionale pastone con le veline dei partiti, si commentavano gli avvenimenti più importanti della giornata. Innovative anche le altre pagine: la seconda era occupata dalla cronaca nazionale, la terza (tradizionalmente dedicata alla cultura) riportava le “Notizie dall’estero”, la quarta quelle dall’interno, la quinta lo sport, diretto da Gianni Brera; seguivano la cultura e gli spettacoli, con uno spazio inconsueto dedicato anche ai programmi Tv e radio. Altra coraggiosa novità era la pagina dell’economia e della finanza, con notizie relative alla Borsa e ai cambi. La cronaca cittadina, ricca di notizie e di forza polemica, era affidata al “Diario di Milano”. Ben presto comparvero anche gli inserti settimanali: *Il Giorno donna* e *Il Giorno ragazzi*, con i fumetti di Jacovitti, i programmi radio-tv e l’inserito dedicato ai motori. Due le edizioni, del mattino e del pomeriggio. Oltre a Baldacci, la direzione del quotidiano si avvaleva dell’opera di Angelo Rozzoni, vicedirettore operativo, e di Paolo Murialdi, caporedattore. Fu un grande successo: tra le cento e le centocinquantamila copie, di cui sessantamila al pomeriggio, con punte, la domenica, tra le duecento e le duecentocinquantamila. Ben presto, tuttavia, gli alti costi di gestione imposero un ridimensionamento dell’offerta informativa e l’editore Del Duca si ritirò. Il giornale divenne di proprietà statale: un 49% apparteneva all’ENI, un altro 49% all’IRI e il rimanente 2% al Ministero per le Partecipazioni Statali. Alla fine del 1959, Gaetano Baldacci, politicamente non gradito ad Antonio Segni, venne sostituito da Italo Pietra, socialista, compagno di Mattei nella Resistenza e di Baldacci al *Corriere*. L’allontanamento di Baldacci ebbe un polemico seguito giudiziario.

■ La linea di Pietra

La direzione di Pietra, durata undici anni tra i più vitali nella storia della testata, si caratterizzava, politicamente, «per l’incontro tra cattolici e socialisti, per avviare l’Europa a una dimensione più ampia, per dare al nostro Paese strutture più moderne, più giuste, più adatte ai tempi». Positivo il *trend* delle vendite, anche se i costi di gestione restavano elevati. Di qui la spregiudicata decisione di Mattei di ripianare i debiti utilizzando denaro pubblico (che gli avrebbe attirato la pungente ironia di Montanelli: «Spese, a nostre spese, senza badare a spese»).

Il successo della testata non sarebbe stato possibile senza la squadra di prestigiosi collaboratori che affiancarono prima Baldacci e poi Pietra: Arbasino, Bianciardi, Cederna, Emiliani, Citati, Eco, Pasolini, Ernesto Rossi, Cassola, Ottieri, Soldati.

Con *Il Giorno* tornava a svolgere un ruolo assai rilevante anche la forma forse più pura del giornalismo: l’inchiesta. C’era bisogno di capire la nuova realtà italiana e il

quotidiano dell'ENI contribuì non poco a far conoscere l'Italia agli italiani: dall'inchiesta di Francesco Compagna sul Sud che rappresentava, nel processo di modernizzazione del Paese, un serbatoio di manodopera, a quella, divenuta famosa, di Giorgio Bocca sulla Milano del "miracolo" (*La fabbrica dei nuovi italiani*); dall'informazione religiosa di Giancarlo Zizola, specie durante e dopo lo svolgimento del Concilio Vaticano II, alle cronache del Sessantotto, presentato in modo attento e appassionato (non a caso *Il Giorno* era il quotidiano milanese cui il Movimento studentesco prestava maggiore attenzione); dallo sport, che trovava un nuovo linguaggio con Gianni Brera e altri valenti collaboratori (Mario Fossati per il ciclismo, Giulio Signori per l'atletica, Gianni Clerici per il tennis, Gian Maria Cazzaniga per il calcio, Franco Grigoletti per la pallacanestro) alle inchieste "di servizio" sulla sicurezza degli alimenti, sul costo delle case, sui prezzi del mercato. Significative, in proposito, le parole di Marco Sassano, che sintetizzano le principali novità contenutistiche e linguistiche del nuovo quotidiano dell'ENI: «Il Giorno è nato nell'Italia del "miracolo", come un'arma da guerra nelle mani di un combattente, Enrico Mattei: un'arma contro il conformismo e l'immobilismo. Infatti, nel giro di pochi mesi, divenne l'unico quotidiano d'opinione italiano che investigava, che faceva inchieste, che poneva domande imbarazzanti, il tutto scritto nell'unico linguaggio che Dino Buzzati rispettava: scarso, semplice, senza voli».

■ Gli anni difficili

Gli anni Settanta sono di grave crisi economica, politica e sociale, non solo per l'Italia. Recessione e terrorismo, di destra e di sinistra, rendono infuocato il panorama del nostro Paese. Pur essendosi collocato, con una vendita media di 244.276 copie, al quarto posto tra i quotidiani italiani di informazione, *Il Giorno* chiude l'esercizio del 1970 con un passivo di quasi tre miliardi e mezzo di lire. L'ENI è indecisa se chiudere il giornale o meno, poi opta per la sostituzione di Pietra con un direttore meno "interventista" e più organizzatore: il siciliano Gaetano Afeltra. Al di là delle dichiarazioni ufficiali, il nuovo direttore procede a una linea di "spoliticizzazione" del quotidiano, provocando scioperi redazionali tra il 1972 e il 1973 e le dimissioni di collaboratori come Enzo Forcella e Paolo Murialdi. Nel 1973 il giornale aumenta di ventimila copie la tiratura, ma il passivo, sempre consistente, induce la direzione ad abbandonare le pagine a colori e l'inserto. Anche Bocca lascia nel 1976, seguito da altre firme storiche: Gianni Brera, Bernardo Valli, Natalia Aspesi, Alberto Arbasino, Pietro Citati, Mario Pirani e Gianni Locatelli. Il nuovo concorrente de *Il Giorno*, la *Repubblica* di Eugenio Scalfari, riesce a ritagliarsi uno spazio tra i lettori di centro-sinistra della fascia medio-alta, sottraendoli al quotidiano dell'ENI. Nel 1980, Afeltra è sostituito da Guglielmo Zucconi, che tenta un ritorno alle origini, restituendo al giornale un'immagine critica verso il potere. Viene reintrodotta la colore, sono assegnati nuovi spazi alla Tv, divenuta ormai il "focolare domestico" degli italiani, e alla musica leggera, genere prima trascurato dalla stampa. Si segnalano in questo periodo cronisti come Gigi Moncalvo, Paolo Martini, Massimo Franco. Tornano anche alcune firme famose, come Massimo Fini.

■ Passaggio di proprietà e situazione attuale

Nel 1997 *Il Giorno* è ceduto dall'ENI alla Poligrafici Editoriale SpA, quinto gruppo editoriale italiano diretto da Andrea Riffeser Monti. L'operazione costa 11, 1 miliardi di lire, ma la casa editrice bolognese ha in cambio un finanziamento a fondo perduto di 66 miliardi di lire. Nell'ottobre del Duemila, *Il Giorno* e gli altri quotidiani del Gruppo Monrif (*La Nazione* e *Il Resto del Carlino*) adottano il formato *tabloid*. Accanto alla testata, in prima pagina, è riportato il marchio *QN* (*Quotidiano Nazionale*). Giuliano Molossi è l'attuale direttore della testata, che in Lombardia ha diciassette edizioni locali. Nel 2016, *Il Giorno* ha lasciato la sede di via Stradivari e si è trasferito in corso Buenos Aires n°54. Anticonformismo, vicinanza alla gente e al territorio, volontà di capire, adozione di un linguaggio innovativo, semplice ma non banale: queste le caratteristiche del quotidiano che gli hanno consentito, nei suoi primi sessant'anni, di ritagliarsi uno spazio importante tra i lettori e che rappresentano ancor oggi la via maestra del suo futuro.

Scheda

il Resto del Carlino

di Gianluigi Sommariva

Scrittore per ragazzi

■ La fase “pionieristica”

Alberto Carboni, Cesare Chiusoli, Francesco Tonolla, Giulio Padovani (“i quattro moschettieri”, come amavano autodefinirsi) dando vita, nel 1885, a *Il Resto... del Carlino* con un investimento di cento lire a testa, non potevano certo prevedere che il giornale da loro fondato avrebbe ben presto eliminato ogni concorrenza a Bologna e dintorni. Lo stesso titolo, con il suo minimalismo, alludeva al fatto che i primi numeri, distribuiti soprattutto dai tabaccaia, costavano due centesimi, il “resto” per chi avesse acquistato un sigaro “Cavour” o “Minghetti” (del costo di otto centesimi) pagando con una “baiocca” da dieci centesimi, chiamata ancora da molti “carlino”, antica moneta angioina in disuso da più di ottanta anni. Con poco, quindi, il fumatore prendeva, come si suol dire, “due piccioni con una fava”: sigaro e giornale. Un abbinamento, questo, tra i più riusciti, data l’abitudine, allora, di molte persone di concentrarsi nella lettura fumando. A dare tuttavia un chiaro significato politico alla testata fu l’aggiunta, al suo interno, di tre puntini di sospensione, sul modello del detto popolare “dare il resto del carlino”, che significa “regolare i conti, mettere le cose a posto, puntolare e stimolare i potenti”.

Politicamente, infatti, i “quattro moschettieri”, giovani avvocati, si collocavano “a sinistra”, intendendo con questa espressione il modello delle democrazie anglosassoni (regime parlamentare con due partiti ben distinti: conservatore e progressista). Di qui la loro avversione per il “trasformismo” di Depretis, che finiva per confondere i due schieramenti (Destra e Sinistra storica) in un unico calderone dove il governo pescava i voti di volta in volta, senza andare troppo per il sottile.

Anche dal punto di vista giornalistico, i quattro amici avevano le idee chiare e intendevano «fare un giornale piccolo – scrive Padovani nell’editoriale del primo numero (21 marzo 1885) – per chi non ha tempo di leggere i grandi: vogliamo fare un giornale per la gente che ha bisogno e desiderio di conoscere i fatti e le notizie senza fronzoli retorici, senza inutili e diluite divagazioni: un giornale il quale risponda al quotidiano e borghese. Che c’è di nuovo? Che ogni galantuomo ha l’abitudine di rivolgere ogni mattina al primo amico o conoscente che incontra, [...] [un giornale] dove l’uomo d’affari, l’operaio, l’artista, la donna, tutti, troveranno in un batter d’occhio... le notizie sugli avvenimenti più importanti». Un giornalismo interclassista, dunque, agile, pratico come il suo formato 19x29 cm, in linea con i ritmi sempre più intensi della vita moderna. Simbolo e strumento di questa tempestività era il telegrafo, di cui il quotidiano si avvaleva e che gli consentiva di battere la concorrenza delle altre testate, costrette a servirsi dell’agenzia Stefani, una sorta di Ansa del tempo. I servizi de *Il Resto... del Carlino*, scritti in esclusiva dai giornalisti della testata, risultavano inoltre più completi e autorevoli.

■ La svolta di Zamorani

La cuccagna però non poteva durare a lungo. Telegrafo, tipografia (Azzoguidi, sede anche della redazione), percentuali per i tabaccaï, corrispondenza da Roma, salari per i dipendenti: i costi del giornale lasciavano margini di profitto esigui. Paradossalmente, più il giornale vendeva, più era in perdita, complice anche l'allegria gestione finanziaria di Tonolla. Inevitabile, perciò, il rincaro di un centesimo e altrettanto inevitabile la collera dei tabaccaï e il crollo delle vendite. Lo spettro del fallimento indusse Padovani per primo a vendere la sua quota. Gliela comprò Amilcare Zamorani, ferrarese, anche lui avvocato, che dal primo gennaio 1886 divenne proprietario e direttore. Lo sarebbe stato fino al 1905 e la sua gestione avrebbe impresso al giornale una svolta decisiva, facendolo diventare un quotidiano di informazione di dimensione nazionale. L'area politica di riferimento di Zamorani era quella dell'"Associazione democratica", formata da radicali, repubblicani e socialisti legalitari. Dopo aver pagato con una perdita di lettori l'aumento a cinque centesimi e l'ampliamento del formato, il quotidiano fu ben presto in grado di assorbire il concittadino *La Patria*; dotarsi di una propria tipografia (lo Stabilimento Tipografico Emiliano, embrione dell'attuale); attestarsi, attorno al 1890, sulle ventimila copie e diventare primo quotidiano bolognese; acquisire importanti inserzionisti pubblicitari (Fiat, Liebig, Olio Sasso, Acqua Fuggi, Campari e Idrolitina del cavalier Gazzoni); convincere un "orso" come Carducci a collaborare alla testata. Con Zamorani, insomma, *Il Resto del Carlino* (cui già nel 1886 erano stati sottratti i tre puntini) riceveva una solenne consacrazione, dopo la breve fase pionieristica dei fondatori.

■ Cambiano proprietà e linea politica

Coerente con le sue posizioni ideologiche, Zamorani aveva appoggiato la politica giolittiana nel primo decennio del XX secolo, riservando un'attenzione particolare ai socialisti, come dimostra la battaglia per la riduzione dell'orario di lavoro a otto ore e il sostegno alla prima festa del lavoro (1 maggio 1900), annunciata dal socialista Andrea Costa con un articolo in prima pagina. Già due anni dopo la sua morte, però, la testata si spostava dall'area democratico-popolare a quella conservatrice-agraria, essendo stata acquistata, prima, da un gruppo finanziario capeggiato da deputati moderati, poi, da alcuni industriali saccariferi genovesi. Da allora, a parte la parentesi fascista, la linea politica del giornale sarà quella di un «sostanziale centrismo di stampo liberaldemocratico» (Pierluigi Visci).

Il prestigio e la solidità del quotidiano non subirono comunque contraccolpi, come dimostra la lunga lista di intellettuali italiani di prim'ordine che negli anni Dieci collaboravano alla terza pagina, chiamati dal direttore Mario Missiroli, un vero *talent scout*: da Benedetto Croce a Giovanni Gentile, da Prezzolini a Papini, da Giovanni Amendola ad Aldo Valori, da Ernesto Bonaiuti ad Alfredo Oriani.

Schieratosi a favore dell'interventismo, *Il Resto del Carlino* vide negli anni del primo conflitto mondiale un vertiginoso aumento della tiratura (da trentottomila a centocinquantomila copie), grazie anche al servizio speciale per i soldati al fronte e al corrispondente Gino Piva.

Durante il Ventennio, conobbe nove direttori nominati dal regime e quasi mai in base al fatto che fossero giornalisti professionisti. Caduto il fascismo, ci fu la breve parentesi del controllo degli Alleati, che rifondarono la testata e le imposero il nome di *Corriere dell'Emilia*. In redazione entravano giovani giornalisti come Enzo Biagi,

Luciano Bergonzini e Federico Zardi. Tra il 1946 e il 1947 comparve per la prima volta, in un articolo del direttore Tullio Giordana, l'espressione "triangolo della morte", a indicare quell'oscuro periodo post-resistenziale in cui si consumarono vendette e atrocità rimaste in seguito, per molti anni, coperte dal silenzio. Il giornale si poneva così alla testa di quella visione non apologetica ma critica della Resistenza che, senza negarne il valore, ha puntato nei decenni successivi alla ricostruzione pura e semplice della verità storica.

■ Il *Carlino* ritorna... il *Carlino*

Un referendum fra i lettori promosso, nel 1953, dal direttore Vittorio Zincone restituì al quotidiano e alla sua edizione pomeridiana il loro nome storico (*Il Resto del Carlino* e *Carlino sera*). Quanto alla proprietà, a partire dal 1946, si era riformato l'assetto azionario prebellico e il colosso saccarifero Eridania aveva assunto il controllo della nuova azienda S.A. Poligrafici il Resto del Carlino.

Una svolta aziendale molto importante si ebbe nel 1966, quando il petroliere e finanziere Attilio Monti rilevò la maggioranza della Agricoltura ligure-lombarda, che controllava Eridania Zuccheri, nel cui portafoglio c'era anche il pacchetto della Poligrafici editrice del *Carlino* e, dal 1952, del quotidiano *La Nazione* di Firenze. Monti confermò Giovanni Spadolini, giornalista e storico del Risorgimento, alla direzione del quotidiano, che guidava dal 1955. Con Spadolini la testata bolognese conobbe un periodo di grande sviluppo editoriale, aumentando non solo le tirature (passate da cento a duecentomila copie nell'arco di tredici anni), ma acquisendo anche un'autorevolezza e un prestigio quali non si conoscevano dai tempi della direzione ventennale di Zamorani. Nel suo articolo di fondo del 20 febbraio 1955, Spadolini legava strettamente il giornale alle vicende e al ruolo della città di Bologna nella storia del Risorgimento.

«A chi contempi oggi, nella prospettiva del tempo, le vicende della città illustre – di cui Il *Carlino* è compendio e simbolo – sembra quasi che Bologna abbia incarnato in sé tutte le tendenze fondamentali dell'anima italiana, tutte le correnti vive della politica democratica che costituiscono, oggi più che mai, l'unica salvaguardia contro le alternative totalitarie, contro le suggestioni della forza e della violenza». Sotto la direzione del "professore", *Il Resto del Carlino* si collocava nella scia della politica aperturistica di Aldo Moro, volta a una collaborazione tra forze democratiche laiche e cattoliche. La direzione spadoliniana si caratterizzò anche per la particolare cura assegnata alla terza pagina, cui collaborarono firme prestigiose della cultura italiana e straniera: Ignazio Silone, Carlo Arturo Jemolo, Manara Valgimigli, Franco Valsecchi, Felice Battaglia, Giuseppe Berto, Giovanni Sartori, Bruno Sanminiatielli, Pietro Chiara, Geno Pampaloni, Franco Borsi, Guido Calogero, Goffredo Parise, Nino Valeri, Giorgio Saviane, Francois Mauriac, Maurice Vaussard, Raymond Aron, professore alla Sorbona ed editorialista di *Le Figaro*, l'economista tedesco Wilhelm Röpcke, amico di Luigi Einaudi, André Francois Poncet, ex ambasciatore francese a Roma, Wladimir d'Ormesson, vaticanista di fama europea, Alexandre Metaxas, illustre cremlinologo del Sunday Times, Salvador De Madariaga, esule antifranchista e fra i maggiori esponenti del liberalismo contemporaneo.

Né Spadolini si lasciò sfuggire gli scrittori di casa: Marino Moretti, Vittorio Lugli, Riccardo Bacchelli, Giuseppe Raimondi, Francesco Segantini, Francesco Fuschini, Diego Fabbri, Gaetano Arcangeli. Sotto la direzione del "professore" iniziarono la loro carriera giornalistica anche Alberto Ronchey e Luca Goldoni, che diventerà

una delle firme-simbolo del quotidiano. Non meno Importante la schiera di notisti di politica interna (Mattei, Airoldi) ed estera, costituzionalisti (Maranini e Tosi), economisti (Casari, Orlando, Marescalchi, Pieraccioni, Einaudi, con le sue famose “Prediche inutili”). In quegli anni, il giornale ampliò la sua area di diffusione sia a nord (Rovigo, Padova, Mantova) che a sud (Ascoli Piceno). Grande attenzione Spadolini riservò anche ai giovani de “Il Mulino”, società editrice fondata dal *Carlino* nel 1955 e mantenutasi in collaborazione con il quotidiano fino al 1965.

■ Le rivoluzioni del cartaceo e del digitale. La nascita di *QN-Quotidiano Nazionale*

Dopo Spadolini arrivarono al *Carlino* Domenico Bartoli e il designer Giuseppe Trevisani, che nel 1971 diede una nuova immagine al giornale con la tecnica di stampa in *offset*. Seguì una serie di inarrestabili trasformazioni nella produzione del quotidiano. Negli anni Ottanta un progetto di Sergio Ruffolo rinnovò la grafica: schema di impaginazione in blocchi verticali, titoli e articoli in una gabbia definita, nuovi caratteri e titolazione. Sempre agli inizi degli anni Ottanta, il computer entrava in tipografia, nel 1986 in redazione, nel 1993 la videoimpaginazione prendeva il posto della fotocomposizione, nel 1999 i giornalisti componevano la pagina direttamente dal loro pc, nel 2004 entrava in produzione il sistema Hermes 10, completamente automatizzato.

Negli anni Novanta, nasce *QN Quotidiano Nazionale*, una rete, anche in versione digitale, voluta dalla famiglia Riffeser Monti che raggruppa il *Carlino*, *La Nazione* e *Il Giorno*, fornendo uguali notizie nazionali e internazionali. Alle singole testate rimane il compito fondamentale dell’informazione per il proprio bacino di riferimento. Il *Carlino* ha quindici edizioni locali.

«... un bolognese sente il *Carlino* come suo, vuole che ogni giorno sia migliore degli altri, quindi elogia o impreca con lo stesso calore. L’importante per lui è che la città delle due torri figuri sempre bene»: queste parole di Tino Neirotti, direttore del giornale dal 1977 al 1985, testimoniano perfettamente il legame profondo tra Bologna e il suo quotidiano, oggi guidato da Andrea Cangini.

Scheda

Gazzetta di Parma

di Leonardo Farinelli

Presidente Deputazione di storia patria per le province parmensi, già Dirigente e direttore Biblioteche pubbliche statali e docente a contratto presso l'Ateneo Parmense dei Beni culturali

■ **Gazzetta di Parma**

La *Gazzetta di Parma* contende alla *Gazzetta di Mantova* il titolo di giornale più antico vivente d'Italia e, forse, d'Europa.

Appartenuta inizialmente a dei tipografi (Giuseppe Rosati e Filippo Carmignani), dal 1760 al 1862, dal 1928-45 e dall'aprile 1945 al 1946, sarà di proprietà dei governi che hanno amministrato il territorio parmense: dinastia Borbone – Parma (1748-1802; dal 1848 al giugno del 1859); Repubblica e Impero francese (1802-1814); Maria Luigia d'Asburgo (1815-1847); Piemonte (dal 1859 al marzo 1861); Regno d'Italia (marzo 1861-1862); regime fascista (1928-1945) e Comitato Nazionale di Liberazione (1945-1946). La proprietà della *Gazzetta di Parma* successivamente sarà di Davide Rabbeno (1862-1876); di una Società, formata da personalità dell'area liberal-conservatrice come Girolamo Cantelli, Giuseppe Verdi, Giuseppe Piroli (26 ottobre 1876-1881), era da questa donata a Pellegrino Molossi. Sarà della famiglia Molossi fino al 1927 quando, per volontà di Gontrano Molossi, passerà all'Associazione Mutilati che la cederà nel 1928 al *Corriere Emiliano*.

Come bene ex-fascista, la *Gazzetta di Parma* fu messa all'asta; Segea, nel gennaio 1948, se la aggiudicò per 21.975.000 lire. Il pacchetto azionario della Segea era diviso fra Società emiliana esercizi elettrici, Unione parmense Industriali, Associazione agricoltori, Democrazia cristiana e qualche azionista privato.

Oggi al posto di Segea esiste la *holding* "Gazzetta di Parma finanziaria Spa", di cui l'azionista di maggioranza è l'Unione parmense degli industriali, e che è proprietaria di Gazzetta di Parma Srl (l'editrice del quotidiano e del sito Internet), oltre che di Radio TV Parma Srl (editrice delle due emittenti Radio Parma e TV Parma) e di Publiedi Srl (la concessionaria pubblicitaria del Gruppo).

■ **Lo scopo**

La *Gazzetta di Parma* da duecentottantuno anni informa e legge la città e la sua provincia senza estremismi politici e sociali, sforzandosi d'essere imparziale, con uno stile giornalistico e una forma grafica sempre al passo con i tempi.

Sfogliandone la collezione, si ha l'impressione che essa sia la "voce" della città del tempo ordinario. Il simbolo di una continuità salda ed esclusiva che accetta di fermarsi davanti all'evento straordinario, ma a volte anche capace di camminarvi insieme, specificando il momento con un sottotitolo o addirittura facendolo figurare in sottordine nella testata, per riprendere poi il suo percorso, facendo però tesoro del momento straordinario.

■ Il formato e l'impaginazione

Anche nel formato e nell'impaginazione la *Gazzetta di Parma* è un pezzo di storia del giornalismo cartaceo, per quel suo conformarsi ai gusti e alle esigenze del lettore; per la prontezza con cui recepisce le nuove tecniche per rendere la lettura chiara e gradevole e con l'introduzione della stampa a colori per rendere il giornale piacevole anche al solo sfogliarlo.

Questa volontà di aggiornamento ha modificato nel tempo il formato, che inizialmente era in ottavi (XVIII secolo), simile al fascicolo di un libro in ottavi, che esca in dispense settimanali, e a cui si rifà per l'impostazione grafica: impaginazione su due colonne con poco spazio tra una notizia e l'altra e numerazione continua; in quarti (primo ventennio del XIX) e poi in fol. La *Gazzetta di Parma* è poi uscita (una decina di numeri) in formato *tabloid* dopo il 25 aprile 1945.

■ I compilatori e i direttori

Il numero dei componenti la "redazione" della *Gazzetta di Parma* è passata da una unità delle origini, alle quaranta degli ultimi anni. Compilata inizialmente dal tipografo, dal 1760 fino al 1862 il compilatore era scelto dal Governo all'interno dei suoi dipendenti e "distaccato" a fare il giornalista. La redazione aumentò di una unità con l'aggiunta della figura del correttore di bozze nel 1850, quando la *Gazzetta di Parma* diventò un quotidiano.

1. I compilatori

Tra i dipendenti ducali, "distaccati al giornale", v'erano scrittori, storici, giuristi e alti funzionari del ducato. Si citano: Giuseppe Pezzana (1764 -1772), poeta, *editor*, collaboratore del ministro DuTillot, retribuito con uno stipendio di duemila lire annue. Con lui la *Gazzetta di Parma* "tirava" trecento copie di cui cento erano distribuite in omaggio. I passivi di bilancio erano sanati dal Governo. Angelo Pezzana (1811-1812), figlio di Giuseppe, bibliotecario e storico. Durante la sua direzione un lettore – che aveva criticato il termine "giornale", poiché esso non usciva tutti i giorni – ebbe dal "compilatore" Pezzana un'articolata e dotta risposta. Lasciò l'incarico il 9 febbraio 1812. Giuseppe Adorni (1814-1820), letterato, traduttore e commentatore di Virgilio e Catullo. Paolo Oppici (1823-1849), patriota, futuro rettore dell'Ateneo Parmense. Biagio Fraxola (1849-1850), militare, che il 1° gennaio 1850 trasformò il giornale in quotidiano. Gabriele Sacerdoti (1859-1860), di Parma, medico, patriota, che nel periodo di annessioni al Piemonte fece della *Gazzetta di Parma* una «fiammeggiante bandiera di italianità».

2. I direttori

Dal primo direttore giornalista (1876) Parmenio Bettoli all'attuale (2015) Michele Brambilla sono trascorsi circa centoquaranta anni. E si sono succeduti nella cabina di regia della *Gazzetta di Parma* venticinque direttori, di cui quattro appartengono alla famiglia Molossi, i quali, in periodi diversi, l'hanno guidata per un totale di quasi cento anni: Pellegrino (trentadue anni), padre di Gontrano (quindici anni), padre di Baldassarre (trentacinque anni), padre di Giuliano (diciassette anni). Nei restanti quarant'anni, la *Gazzetta di Parma* ha cambiato direttore ben ventuno volte.

Se la breve gestione di Bettoli si caratterizzò per le polemiche contro il trasformismo della Sinistra e per le battaglie artistiche e letterarie; la lunga gestione (trenta-

due anni) di Pellegrino Molossi si qualificò per il sostegno incondizionato al potere costituito.

Privo delle risorse finanziarie necessarie per affrontare una agguerrita concorrenza, Gontrano Molossi, successo al padre nel 1912, impose alla *Gazzetta di Parma* un forte «respiro» cittadino «portando la cronaca locale in prima pagina e confinando le notizie politiche nell'ultima in poche righe». Trascorsero trent'anni: affermazione definitiva del fascismo, guerra d'Etiopia, leggi razziali, guerra mondiale, lotta partigiana, rinascita, prima che un altro Molossi, Baldassarre (1957), tornasse a pilotare il quotidiano di Parma.

■ La lunga direzione di Baldassarre Molossi

Scelto alla guida della *Gazzetta di Parma* per il suo legame con il giornale e la conoscenza della città, gli fu affidato il compito di rilanciare la testata. Baldassarre Molossi la firmò per la prima volta il 21 settembre 1957. Era per lui la realizzazione di un sogno che aveva fin da ragazzo: dirigere la *Gazzetta di Parma*.

La scelta editoriale di Baldassarre Molossi fu di seguire la linea già tracciata dal padre: fare «una grande Gazzetta e non un piccolo Corriere della sera», impegnandosi a «dare voce e volto ai parmigiani e far sentire il lettore parte integrante del giornale».

Scelta vincente, poiché la *Gazzetta di Parma* passò, in trentacinque anni (1957-1992), da 10.500 a 50.700 copie quotidianamente vendute. Un successo favorito anche da un benessere economico mai raggiunto prima dal Paese e dalla ambiziosa volontà della proprietà di investire sul giornale. Durante la sua direzione, infatti, la tipografia si rinnovò due volte.

1. Aggiornamenti tecnologici

Nel 1960 la tipografia venne munita di *linotype*, di una pressa «a caldo» per fare i flanni, di radioscrivente, di telescrivente, di disciografi (macchine elettriche che riportano in negativo, su zinco, le fotografie), di gabinetto fotografico e di rotativa che stampava quarantamila copie all'ora. Il rinnovamento del 1987 così fu annunciato dalla *Gazzetta di Parma*: «Il nostro nuovo stabilimento tipografico viene inaugurato oggi in via Mantova//Un moderno centro stampa/ per la Gazzetta del 2000//Progettato e realizzato su basi «scientifiche», ospita una sofisticatissima rotativa capace di stampare/ un giornale di 36 pagine. Oltre ad altri macchinari d'avanguardia c'è anche un museo della stampa».

Al centro della prima pagina, foto a colori del Centro stampa, con lunga didascalia.

2. Appuntamenti con il lettore

Per avvicinare il lettore al giornale, Baldassarre Molossi creò rubriche molto popolari come, ad esempio, la «Finestra sulla città»: piccole storie belle raccontate con ironia e sorridendo delle disavventure altrui senza alcuna intenzione offensiva, dal giornalista Corrado Corti, che si firmava Cid.

Nella «sua» Gazzetta, poi, era consentito al lettore d'esprimersi liberamente, attraverso lettere che venivano pubblicate secondo la modalità anglosassone, senza cioè alcuna risposta, fatta salva qualche eccezione. Egli riteneva che il lettore avesse lo stesso diritto del giornalista di esprimere la propria opinione. Molossi era anche molto attento all'importanza delle fotografie e per questo decise nel 1965 di assumere un fotografo (Giovanni Ferraguti), i cui «scatti» raccontavano con realismo personaggi e fatti della città della seconda metà del XX secolo.

3. Pagine speciali e inserti

Per richiamare l'attenzione e al tempo stesso sottolineare gli eventi "straordinari", Baldassarre Molossi dedicò pagine, inserti o supplementi speciali, a inaugurazioni di Musei e di mostre, anniversari, convegni di rilevanza nazionale e internazionale e visite di personaggi (papa Giovanni Paolo II, Pertini, e tanti altri), inoltre avvenimenti sportivi come la promozione del Parma in serie A.

4. La "Terza pagina", le altre e altro ancora

Pur curando in modo particolare la "Terza pagina", da lui definita «un'oasi di serenità e di quietà e risposante distensione in quel gran caravanserraglio di notizie belle e brutte, che è il giornale», chiudeva il quindicinale di lettere e arti "Il Raccoglitore", istituito da Enrico Cavacchioli (1949 -51). "Il Raccoglitore" – scrive G. Marchetti – superò subito i confini locali, imponendosi come una vera e propria rivista alla quale in otto anni di vita collaborarono quasi tutti i maggiori scrittori italiani, coordinati prima da Mario Colombo Guidotti, poi, dopo la sua tragica scomparsa, da Francesco Squarcia, Alberto Bevilacqua e Gian Carlo Artoni. Scrittori del calibro di Marco Forti, Giacinto Spagnoletti, Pier Paolo Pasolini, Mario Luzi, Vittorio Sereni, Giancarlo Vigorelli, Luigi Baldacci, Carlo Betocchi, Giorgio Caproni, Luigi Santucci, Eugenio Montale e molti altri, insieme ai "locali" Attilio Bertolucci, Giorgio Cusattelli, e Mario Lavagetto. Nel 1983 ne tentò la ripresa con il titolo "Secondo Raccoglitore". Ma non ebbe la fortuna del primo, chiudendo quasi subito.

Tenne in vita, invece, l'appuntamento del lunedì "Tutta Parma", pagina attesa e letta, istituita nel 1948 da Guido Elli, che si potrebbe definire la "Terza pagina della parmigianità" e nella quale sono apparse le firme dei maggiori studiosi di storia locale.

5. Scelte difficili

Le scelte fatte assumere dal giornale negli anni della contestazione e di piombo, come farlo uscire nei giorni in cui le altre testate nazionali erano in sciopero, alienarono a Baldassarre Molossi la simpatia di molti lettori. Ma a distanza di tempo, e con il senno del poi, gli è stata riconosciuta una rara coerenza con il suo pensiero di convinto liberale.

6. Molossi lascia

Molossi lasciò, per raggiunti limiti d'età, la direzione nel 1992. A lui successe Bruno Rossi, che dopo l'esordio alla *Gazzetta di Parma* era emigrato a Milano dove lavorò per tanti anni come inviato speciale del *Corriere della Sera*; condirettore in quel periodo era Pierpaolo Mendogni.

■ Giuliano Molossi

Il primo maggio 1998 segnò l'avvio della quarta direzione targata Molossi. Era infatti Giuliano Molossi, figlio di Baldassarre, a prendere il posto di Bruno Rossi, di cui era stato vicedirettore per alcuni anni. Giuliano Molossi era arrivato alla *Gazzetta di Parma* dopo avere lavorato per molti anni con Indro Montanelli, presso *Il Giornale* prima e *La Voce* poi.

Come il nonno e il padre puntava tutto sulla "parmigianità" e come loro diceva di voler fare una grande *Gazzetta* e non un piccolo *Corriere*, rinforzando il legame del giornale con la sua città. La direzione di Giuliano Molossi coincise però con

gli inizi di una crisi generalizzata del settore dell'editoria che si fece sentire anche a Parma è con una progressiva riduzione delle vendite e un calo della pubblicità compensati, tuttavia, da una crescita delle quote di mercato del quotidiano. Questa situazione portò il Gruppo a una perdita nel 2012 di oltre un milione e mezzo di euro: la proprietà decise allora di ricorrere a un piano di razionalizzazione dei costi e di rilancio strategico del Gruppo. Il compito fu affidato nel 2013 all'amministratore delegato Matteo Montan, già giornalista della *Gazzetta di Parma* e successivamente manager di spicco del gruppo *Buongiorno*, multinazionale delle *app* e dei contenuti per *smartphone*.

1. Matteo Montan AD del Gruppo

Il Piano presentato nel 2013 da Montan prevedeva risparmi, sviluppo e innovazioni. Nel procedere ai tagli era attento a non impoverire il prodotto e a non creare impatti per l'occupazione. Quanto all'innovazione, oltre alla versione rinnovata del sito del quotidiano e al profilo *Facebook*, che oggi conta settantaduemila fan, Montan è intervenuto sulla distribuzione, rilanciando la *Gazzetta Card*, forma di abbonamento promossa già nel 2008, che permette al lettore di ritirare la propria copia in ogni edicola della città e della provincia.

Il Piano, oltre a cercare di migliorare la situazione economica e finanziaria (oggi il Gruppo *Gazzetta* costa quattro milioni di euro in meno l'anno rispetto al 2012 e i suoi prodotti, dal giornale alla TV, hanno accresciuto la quota di mercato), ha introdotto nella *Gazzetta di Parma* un modello di lavoro nuovo, che consiste, in sintesi, nel far lavorare in *team* tutte le componenti aziendali: dalla redazione (oggi composta da trentasette persone più il direttore del giornale e altre quattro persone in TV), alla concessionaria pubblicitaria. La programmazione delle attività è affidata a un gruppo di lavoro coordinato dall'AD e composto da direttore, vicedirettore e ufficio centrale di giornale/sito e TV, e dai responsabili di diffusione, concessionaria, digitale e produzione che si riunisce ogni due settimane per individuare gli obiettivi delle settimane successive, affidando a ciascuno compiti e scadenze su singoli progetti, dalle iniziative speciali a quelle editoriali, in modo quanto più possibile trasversale alle diverse piattaforme. La stessa concessionaria *Publiedi* dagli uffici in centro si è trasferita nell'edificio principale dove hanno sede *Gazzetta di Parma*, TV Parma e radio Parma, per essere più vicina ai contenuti e al prodotto, proseguendo così un'attività iniziata oltre centocinquanta anni fa (la pubblicità, non di libri, riviste e giornali, apparì sulla *Gazzetta di Parma* per la prima volta nel 1850).

2. Dopo Giuliano Molossi arriva Brambilla

Questo "modello collaborativo" si è affermato tra il 2012 e il 2015, negli ultimi anni della direzione di Giuliano Molossi, che ha dato il massimo per raccontare Parma, dai fatti di cronaca ai cambiamenti anche profondi avvenuti dal 1998 in poi.

Molossi ha lasciato il proprio ruolo nel settembre 2015. La direzione è stata affidata *ad interim* al vicedirettore Claudio Rinaldino alla nomina del nuovo direttore, Michele Brambilla, che ha assunto l'incarico il 23 novembre 2015. Brambilla, autore di numerosi libri di successo, milanese ma fortemente legato al territorio parmense, proveniva da *La Stampa*, di cui era vicedirettore. Prima di approdare al quotidiano torinese aveva lavorato al *Corriere della Sera* per quasi vent'anni, poi era stato nominato direttore della Provincia di Como e in seguito vicedirettore di *Libero* e quindi de *Il Giornale*.

■ La nuova Gazzetta

Oggi la *Gazzetta di Parma* si presenta al lettore così: la prima pagina è fatta quasi esclusivamente di notizie locali, con ampio spazio dedicato al commento sui fatti locali e quasi sempre affidato agli stessi redattori del giornale (questa una delle principali novità introdotte dal direttore Brambilla).

Ci sono, poi, due pagine di interni ed esteri e due pagine di economia, cui segue un *continuum* di pagine di cronaca locale, fino agli spettacoli e quindi le altre sezioni: agenda, programmi TV, cultura, sport, lettere al direttore e la pagina dedicata alle necrologie. Con periodicità settimanale sono pubblicate le pagine “Tutta Parma”, “Eravamo una piccola città” di Giorgio Torelli, “Gusto”, “Gusto light”, “Lavoro”, “Università”, “Scuola”, più gli inserti: “La Domenica”, “Calcio giovanile” il lunedì, “PGN” (“Parma Giornata e Notte”) al giovedì; “Gazzetta Weekend” il venerdì, e il “Sabato”.

1. Il bilancio torna in attivo

Nel frattempo, il Piano elaborato nel 2013 ha dato i risultati sperati, come si legge su Prima comunicazione n.472 del giugno 2016. Il bilancio 2015 ha segnato dopo cinque anni un ritorno all'utile, come era negli obiettivi, per effetto dei forti risparmi e della efficace protezione del *core business*: il giornale, malgrado la situazione di crisi, grazie agli sforzi congiunti di redazione, diffusione, concessionaria, ha infatti regolarmente battuto il mercato sia in termini di diffusione che di raccolta pubblicitaria; le copie digitali sono raddoppiate, il traffico del sito *online* e i relativi introiti pubblicitari sono aumentati di un terzo, e gli ascolti della TV sono tornati sui livelli *preswitch-off*. Come per tutto il settore dell'editoria il *trend* dei ricavi segna però un calo, seppure più controllato, ed è iniziata una nuova fase di ricerca di nuove linee di crescita.

Scheda

L'Unione Sarda

di Roberto Lai

Copywriter

L'Unione Sarda, primo giornale in Europa ad andare sul web (1994), è il più antico quotidiano della Sardegna. Ancora oggi è il maggiormente diffuso con una tiratura media di cinquantacinquemila copie.

Nasce come settimanale composto da quattro fogli. Il primo saggio esce a Cagliari il 6 ottobre 1889. La pubblicazione ufficiale avviene il 13 ottobre dello stesso anno. La redazione ha sede in un appartamento dell'odierna via Cima, vicino alla tipografia Timon scelta per stampare il prodotto.

L'Unione Sarda diventa quotidiano a partire dal 17 dicembre 1889. Dal 1° luglio dello stesso anno esce anche di sabato e domenica. Si caratterizza come organo di opinione vicino al mondo democratico-liberale e alla Sinistra giolittiana. Vuole anche incidere sulla politica amministrativa cagliaritano. La fondazione del quotidiano e la sua proprietà sono legate alla figura del leader politico Francesco Cocco Ortù (1842-1929) e al gruppo della borghesia affaristica cagliaritano in cui si riconosce, tra i tanti, il giurista Enrico Lai. Sindaco di Cagliari, Cocco Ortù fu deputato del Regno d'Italia dal 1876 al 1924, periodo in cui ricoprì più volte l'incarico di ministro.

Sono anni difficili per la Sardegna. Arretrata dal punto di vista tecnologico e infrastrutturale, costretta a misurarsi con un tasso elevato di criminalità, versa in una profonda crisi economica e sociale che è aggravata dal fallimento del Credito agricolo industriale sardo e della Cassa di risparmio. Tale dissesto provoca un atteggiamento di sfiducia verso la classe dirigente locale. Scopo di Cocco Ortù e del suo gruppo politico è quello, attraverso l'azione del giornale, di ricostruire favore e consenso nell'opinione pubblica. Sulle colonne dell'*Unione Sarda* si riverberano inoltre le istanze che in Parlamento portano all'approvazione per l'Isola di leggi speciali capaci di colmare il divario rispetto al nord della Penisola.

Pare che da principio alla guida del quotidiano sia stato Andrea Cao Cugia, inesperto di giornalismo. Il primo vero direttore è considerato, tuttavia, Marcello Vinelli (1863-1942). Al momento della sua nomina aveva solo 23 anni. Contribuì a una decisa apertura. Sulle pagine da lui dirette trovano spazio articoli di commento, cronaca ed economia e sono ospitati romanzi d'appendice.

Nel 1920 la proprietà dell'*Unione Sarda* passa all'industriale minerario Ferruccio Sorcinelli. Nato ad Arezzo nel 1872, è vicino al Fascismo. Schiera il giornale a favore delle politiche del regime. Azionista principale della società editrice, muore a Cagliari nel 1925. Il quotidiano, dotato di una tipografia moderna, resta nelle mani della famiglia Sorcinelli. Diretto da Paolo Pili, già dirigente del Partito Sardo d'azione e poi anima del Pnf, si allinea alle istanze del Governo. Nel 1938 *L'Unione Sarda* diventa "quotidiano fascista della Sardegna". Resta organo ufficiale del Partito fino al 1943.

A seguito dei bombardamenti su Cagliari il giornale sospende le pubblicazioni. Cessano dal 27 febbraio al 19 marzo 1943 e, nuovamente, dall'11 maggio al 16 novembre dello stesso anno.

Dal novembre 1944 al 1950 l'amministrazione del giornale è retta da Saverio Granata. L'originaria proprietà Sorcinelli rientra in possesso della testata e *L'Unione Sarda* torna a essere quotidiano indipendente.

Nel processo di rinnovamento un ruolo fondamentale è svolto dalla figura autorevole di Fabio Maria Crivelli. Nato a Capodistria nel 1921, sarà direttore del giornale dal 1954 al 1977 e, dopo un periodo di cesura, dal 1986 al 1988.

Sono anni in cui in cui muta l'assetto societario: nel Sessantanove la famiglia Sorcinelli vende la Società editrice italiana all'avvocato Giuliano Salvadori del Prato. È l'editore ufficiale del quotidiano, ma è ritenuto espressione dell'industriale petrolchimico Nino Rovelli che, nel Sessantasette, aveva acquistato l'altro grande quotidiano regionale, *La Nuova Sardegna*. Alla guida della Sir, apre il primo stabilimento chimico a Porto Torres e alcuni impianti a Cagliari. Nel Sessantacinque la famiglia Moratti aveva già insediato la raffineria Saras a Sarroch.

Gli anni Settanta, critici per tutta la stampa nazionale, sono difficili anche per *L'Unione Sarda* che allora vendeva cinquantamila copie, il doppio rispetto al quotidiano concorrente *La Nuova Sardegna* che ha il suo principale bacino di lettori nelle province di Sassari e Nuoro.

Nel 1974 il giornale, la cui principale area di diffusione coincide con la provincia di Cagliari e la neonata provincia di Oristano, vede minacciato il primato dalla nascita di *Tuttoquotidiano*. A differenza della testata storica al palo dal punto di vista delle tecnologie, il nuovo prodotto usa la fotocomposizione e stampa con rotativa *offset*. In breve tempo arriva a vendere venticinquemila copie. Si tratta, però, di un fuoco di paglia: nel 1976 la società editrice di *Tuttoquotidiano* fallisce. La redazione chiude i battenti.

Le tensioni all'*Unione Sarda* non sono finite. Nel dicembre 1976, a causa di contrasti con la proprietà, Crivelli si dimette. Gli succede Gianni Filippini. Prima di allora vicedirettore e direttore dell'*Informatore del Lunedì*, resterà alla guida dell'*Unione Sarda* dal 1977 al 1986. Oggi direttore editoriale, incarico che ricopre dal 2003, è testimone di mezzo secolo di storia del quotidiano. Il 17 maggio 1985 assiste all'acquisizione della società, ribattezzata "L'Unione sarda spa", da parte di Nicola Grauso, proprietario delle emittenti private Videolina, Radiolina e Tcs.

Con l'avvento del nuovo editore, il giornale, unico in Italia a stampare ancora con le *linotype*, conosce un deciso processo di ammodernamento. Tra il 1986 e il 1987 vengono acquistati i primi computer. Il giornale, che diventa di quaranta pagine e può usare il colore, viene trasmesso al nuovo Centro-stampa di Elmas, dove si trovano due rotative *offset*. Non viene più stampato in viale Regina Elena, laddove fino al 2011 si trovava anche la redazione. Crescono gli investimenti pubblicitari e l'azienda potenzia le iniziative finalizzate alla fidelizzazione del pubblico dei lettori. Radicali mutamenti interessano anche le risorse umane: il settore della tipografia innanzitutto e quindi la redazione. Al posto dei giornalisti che erano stati l'anima del quotidiano negli anni Cinquanta e Sessanta, arriva una nuova leva di professionisti. Il nerbo della redazione centrale di Cagliari resta comunque costituito da cronisti d'esperienza. Nel 1986 torna alla direzione Crivelli, affiancato dal capocronista Vittorino Fiori e da altre firme illustri: Gianni Filippini, Peppino Fiori, Giorgio Melis, Angelo Demurtas, Romano Asuni, Arturo Clavuot, Franco Brotzu, Alberto Aime e Tatano Ponti. Dal 1977 in redazione c'è anche Maria Paola Masala, la prima giornalista a essere assunta dall'*Unione Sarda*. È anche la prima professionista iscritta all'Ordine della Sardegna.

Nel 1994, grazie alla collaborazione tra il *system manager* del giornale, l'ingegnere olandese Reinier Van Kleij, Pietro Zanarini e Francesco Ruggieri, informatici del Crs4, arriva la svolta che consegna il quotidiano alla storia del giornalismo europeo. Con la nascita del servizio telematico "Video On line", *L'Unione Sarda*, mutuando modelli statunitensi, approda sul web.

La scoperta di Internet e la costituzione di un gruppo multimediale (L'*Unione Sarda*, Videolina, Radiolina, Video On line) mostra quanto la politica editoriale fosse lungimirante e capace, interpretando i bisogni del mercato, di anticipare il futuro. Siamo nell'era Berlusconi, Grauso acquista anche il principale quotidiano di Varsavia, *Zycie Warsawy*, e realizza il primo *social network* polacco (1992).

La creatività e il dinamismo imprenditoriali si scontrano, tuttavia, con le esperienze contraddittorie di cui si rendono protagonisti editore e direttore responsabile. Dal 1994 al 1999, succeduto a Massimo Loche e Arturo Clavuot, alla guida del giornale c'è Antonangelo Liori. Nato a Desulo, paese della Barbagia, quando viene nominato ha trent'anni. Asseconda coi suoi editoriali la discesa in politica di Grauso che ha fondato il Nuovo Movimento. Penna brillante ma velenosa, il direttore sferza la Giunta regionale e in particolare il presidente Federico Palomba. Riceve una lunga serie di querele per diffamazione legate alla professione ed è anche coinvolto in diverse cause giudiziarie per attività extraeditoriali. L'editore nel frattempo interpreta un ruolo misterioso nella liberazione di Silvia Melis, assicuratrice di Tortoli sequestrata dall'Anonima sarda. La forte esposizione economica a cui la società editoriale aveva dovuto ricorrere per far fronte al processo di innovazione fa il resto.

Nel settembre del Novantanove il gruppo editoriale viene rilevato da Sergio Zuncheddu che, insieme a Giuliano Ferrara, ha contribuito a fondare *Il Foglio*. Imprenditore nel settore immobiliare, nato a Burcei ma con base operativa a Milano, deve risanare i bilanci dell'azienda, ma anche restituire credibilità al giornale. Si tratta poi di risolvere la conflittualità che ha lacerato il gruppo dei giornalisti. Si fanno nuove assunzioni e si aprono, per rendere più incisiva la penetrazione nel territorio e potenziare la cronaca, le redazioni locali. S'investe nel marketing, legando il quotidiano in maniera stretta alla Sardegna. Nasce la "Biblioteca dell'identità", collana editoriale ancora vivace diretta da Gianni Filippini: accoglie titoli di autori nati nell'Isola, novità firmate dai giornalisti dell'*Unione Sarda*, saggi sugli intellettuali sardi che hanno scritto la storia del pensiero, volumi sulle tradizioni, dvd e cd-rom. Alla direzione, dopo il periodo di transizione guidato da Bachisio Bandinu, nominato da Grauso, si avvicendano Mario Sechi, Roberto Casu, Claudio Mori e Dionisio Mascia. Dal 2005 e per otto anni il giornale è guidato da Paolo Figus.

Ereditando un giornale che aveva inaugurato la rivoluzione telematica, Zuncheddu lavora per un'ulteriore modernizzazione. Realizza un nuovo Centro-Stampa a Elmas. È il più grande del Mediterraneo. A partire dal 2000 vengono stampati qui tutti i giornali diffusi nell'Isola che hanno lo stesso formato dell'*Unione Sarda*. Nel 2005 nell'impianto si possono arrivare a stampare sessantamila copie all'ora di giornali (sino a ottanta pagine) *full color*. Su questo fronte una data fondamentale è il 25 gennaio 2014. Con l'acquisto di una rotativa L'*Unione Sarda* abbandona il tradizionale formato. Composto da sessantaquattro pagine interamente a colori, si presenta ai lettori nella veste del *Berliner*. La rivoluzione sul piano tipografico arriva poco dopo quella logistica. La redazione lascia la sede storica di viale Regina Elena e, insieme agli altri media del gruppo, nel 2012 si trasferisce nel complesso polifunzionale di Santa Gilla.

Il giornale, alla cui direzione nel 2013 viene chiamato Anthony Muroni, quarant'anni, professionista formatosi nelle redazioni periferiche, è sempre più caratterizzato da una linea editoriale vicina ai temi dell'identità; chiede per l'Isola maggiore autonomia decisionale rispetto al potere centrale. Il quotidiano si schiera contro lo sfruttamento energetico della Sardegna (eolico, trivellazioni e nucleare), contro l'occupazione del territorio da parte delle basi militari, contro gli impianti industriali che, retaggio del piano di rinascita, producono inquinamento e occupazione volatile,

snaturando la vocazione economica della Sardegna legata a una moderna agricoltura integrata al turismo e alla tutela dell'ambiente. È anche impegnato per rendere più efficiente il sistema dei trasporti.

La sfida più difficile da vincere è quella con la quale si misurano tutte le aziende che si sono affermate sul mercato attraverso i media tradizionali. L'editore Zuncheddu ha scelto di legare nuovamente la storia della versione *on line* (www.unionesarda.it) a quella del quotidiano, progettando un nuovo sito e un'*app*. A questo scopo i giornalisti della carta stampata sono stati chiamati ad accrescere la loro professionalità riconvertendosi ai contributi video, audio e infografici.

Scheda

L'Adige

di Claudio Stedile

Pedagogista

■ **L'altro ieri: figlio di una passione politica**

Il giornale, inizialmente nato con il nome *Il Popolo Trentino*, settimanale, fu fondato il 12 agosto 1945. Inizialmente stampato a Verona presso *L'Arena* fino a metà settembre, il diciassette dello stesso mese iniziano le pubblicazioni presso l'Istituto Artigianelli a Trento. Il 16 giugno del 1946 diviene un quotidiano. Il fondatore è Flaminio Piccoli, noto personaggio politico della Democrazia cristiana, che ne sarà direttore dal 1946 al 1977. Il 1° marzo 1951 il quotidiano cambia testata, diventando *L'Adige* in relazione al suo sviluppo regionale. Per decenni il giornale sosterrà politicamente la Democrazia cristiana.

L'Adige è stato infatti diretto da Flaminio Piccoli, Marcello Gilmozzi, Giorgio Grigolli, Rino Perego, Franco Franchini nei suoi primi trentacinque anni di vita legati alla Democrazia cristiana locale. L'ambizione era quella di fare un quotidiano che fosse all'altezza degli altri quotidiani nazionali. Pertanto dagli anni Cinquanta agli anni Ottanta la prima pagina era occupata quasi esclusivamente da notizie nazionali se non internazionali, al suo interno lo spazio riservato alle cronache locali era invece decisamente contenuto.

■ **Ieri: il cambio di linea**

Tra il 1980 e il 1981 finisce il legame con la Dc, cambia la società editrice, si mette mano a un piano di profonda ristrutturazione editoriale. Ha inizio la stagione di grande espansione dei quotidiani locali. In quegli anni i giornali interpretano la fine dell'egemonia democristiana e l'indebolimento del muro contro muro, così come intuiscono la nuova espansione economica delle realtà locali e cittadine. Le amministrazioni locali assumono un ruolo decisivo per lo sviluppo del Paese e le città quindi sono portatrici di bisogni specifici di informazione locale e di servizio. Dal 1981 la testata viene acquisita dalla Net (Nuova editrice trentina), e il quotidiano diventa indipendente e di proprietà privata. Dall'agosto del 1983 viene rilevato dal conte Francesco Gelmi di Caporiacco, appassionato di editoria e giornalismo che garantirà al giornale piena autonomia e indipendenza svincolandolo dai legami politici.

Dopo le direzioni di Gianni Faustini e Amedeo Trentini, nel 1987 il giornale si trasferisce dal centro della città alla nuova sede di via delle Missioni Africane, sulla collina che domina Trento, sotto la illuminata direzione di Piero Agostini, laico e storico del Trentino Alto Adige. L'editore Francesco Gelmi sostiene con lungimiranza lo sforzo di rilancio che prosegue e si intensifica con i successori di Agostini: Paolo Pagliaro, Aldo Gorfer, Giampaolo Visetti, Paolo Ghezzi e Pierangelo Giovanetti (dal 4 ottobre 2006). Il 1° gennaio 2006 *L'Adige* viene rilevato dalla Sie, Società iniziative editoriali srl. Attualmente, è direttore responsabile della testata Pierangelo Giovanetti.

■ I punti di forza della nuova linea

Nuovo formato

- L'adozione nel 1988 dell'impaginazione grafica del *tabloid* caratterizzata da chiarezza, leggibilità, qualità di stampa, facilità di decodificazione dei titoli, completi di occhielli e catenacci prima assenti. Il cambio di formato voleva simboleggiare l'avvio di una nuova stagione del quotidiano svincolato da fedi partitiche. L'agilità concessa dal nuovo formato ha permesso innovazioni come quella del *Quartino*, un inserto culturale di quattro pagine, nel quale inizia a intervenire sulla città e sulla provincia tutto un mondo che era rimasto fino ad allora ai margini: quello dell'Università. Anche le lettere dei lettori trovarono maggior spazio e considerazione; divenne possibile concedere a un tema o a una notizia di rilevanza locale lo spazio di una pagina intera.

Politica di marketing

- Una rinnovata politica di marketing determinante per il successo editoriale focalizzata sulla territorialità e sulla creazione di un rapporto dialettico con la comunità locale. Il racconto quotidiano di quanto accade in Trentino viene ora accompagnato da iniziative editoriali e promozionali legate al Trentino stesso, alla sua storia, alle sue tradizioni, alla sua cultura. Ne sono da esempio le collane di libri, i *gadget*, i fascicoli a puntate sul dialetto trentino, sui cognomi, sulla cucina tradizionale locale, le cartine geografiche con itinerari escursionistici ecc. L'idea di fondo è che queste iniziative potevano far da traino anche alla lettura delle vicende quotidiane, cioè del giornale.

Localizzazione delle informazioni

- Scelta editoriale della nuova linea è stata quella di privilegiare le notizie di ambito locale, comprendendo che sono proprio queste ultime ad attirare maggiormente il lettore locale. In questo ragionamento trova legittimazione il potenziamento delle redazioni di cronaca locale e delle valli. *L'Adige* ha saputo intercettare il bisogno di informazione locale che fino ad allora era stato poco considerato. Il Trentino delle "vallate", dei paesi, della stessa città capoluogo avevano bisogno di un proprio spazio dove esercitare la cittadinanza attiva partecipando, dibattendo, denunciando le nuove questioni che si sono venute a creare. Questa nuova impostazione editoriale è ben visibile fin dalla prima pagina quasi esclusivamente occupata da notizie di ambito locale. Al suo interno la maggior parte dei fogli approfondisce i temi di interesse locale, riservando quattro, cinque pagine alle notizie a carattere nazionale ed internazionale.

■ Oggi: dal cartaceo al virtuale

Negli ultimi anni, ulteriori modifiche caratterizzano ancora di più il quotidiano permettendone una ulteriore maggior facilità di lettura, visibilità e leggibilità. Dal 2008 infatti vi è stato il passaggio al *full color*, al colore ad alta definizione nelle sue foto, con la forza, l'emozione e il sentimento che l'immagine sa trasmettere. È stata rivista anche la grafica, l'impaginazione, le suddivisioni in sezioni, la qualità delle cronache e delle inchieste, dei ritratti dei personaggi e delle interviste, dei commenti e degli editoriali. L'attuale configurazione/composizione si articola su sette uscite settimanali per una tiratura media giornaliera di trentamila copie. La foliazione, numero complessivo

delle pagine di un giornale, oscilla tra i quarantotto e gli ottanta (multipli di otto) e la stampa è appunto a colori.

Ma le nuove opportunità digitali che dalla fine degli anni Novanta portano una buona parte della popolazione a ricercare le informazioni *online*, inducono anche i quotidiani locali trentini a compiere seri investimenti in questo settore. Tra il 1998 e il 2008 il numero di italiani abituati ad informarsi su Internet si è decuplicato, e già nel 2008 un giovane trentino su tre usava Internet per leggere i giornali.

Attualmente a *l'Adige* c'è una specifica redazione web, *L'Adige.it* che utilizza social *network*, Twitter e tutte le moderne tecnologie per diffondere notizie, immagini, video in Rete.

Il giornale *l'Adige* si è affacciato sul grande mondo del web nel lontano 1999, la prima veste grafica era essenziale, quasi spartana, e presentava esclusivamente l'edizione *online* del cartaceo, corredata da alcune informazioni di servizio. L'edizione del giorno era consultabile gratuitamente dopo le ore 13.00. Dopo cinque anni di *online*, nel 2004 il sito viene completamente rinnovato: nasce il Portale delle Dolomiti che riporta diverse sezioni di contenuti "extra-giornale", come il meteo, il traffico, Trentino in tavola, una *fotogallery*, e soprattutto le principali notizie del giorno continuamente aggiornate tramite l'*homepage* del sito stesso.

Dall'ottobre del 2004 è necessaria la registrazione al sito per accedere alla versione gratuita del giornale. Il primo giorno, in poche ore, si contarono oltre diecimila registrazioni.

Solo nel 2008 il sito assume la veste grafica odierna. A fine 2009 viene chiuso l'accesso gratuito per leggere il giornale e da allora oltre duemiladuecento utenti si sono abbonati alla versione a pagamento.

Dal dicembre 2011 si dota di nuove tecnologie che permettono esperienze di navigazione sulle moderne piattaforme presenti sul mercato quali *smartphone* e *tablet*, utilizzando gli sfogliatori di ultima generazione. In particolare è attiva una piattaforma multimediale *l'Adige.TV*, si tratta di un portale in cui chiunque può visionare, conferire e condividere audio, video e foto. È possibile anche socializzare nella *community* de *l'Adige.TV* invitando amici e conoscenti.

Dal novembre 2015 *l'Adige* è sempre più un giornale "per tutti", anche per le persone con difficoltà visive e di lettura. Bastano infatti pochi *click* e il giornale diventa accessibile: chi non lo può leggere con gli occhi, lo può ascoltare attraverso la sintesi vocale oppure avere accesso alle ultime notizie con il sistema Braille. Tutto questo grazie a un programma speciale, Winlucy, un software che consente l'accesso semplificato alle principali funzioni del pc, come la lettura di libri e giornali. Il programma ora rende possibile anche la lettura de *l'Adige*, che ogni mattina viene "trasformato" nella versione compatibile con il sistema. *l'Adige* viene infatti codificato e diffuso nella forma più adatta, con una scansione delle pagine e delle notizie uguale a quella del giornale cartaceo. Con la versione in edicola, quella digitale e la "copia" per i non vedenti *l'Adige* abbatte sia le distanze fisiche che le barriere. Non vedenti e ipovedenti possono scaricare il programma, in forma gratuita, dal sito www.winlucy.it

■ Quotidiani locali: un visione d'insieme

Dolomiten è il quotidiano italiano in lingua tedesca più diffuso e letto a Bolzano e in provincia. *Dolomiten* compete in questo territorio con l'*Alto Adige*, quotidiano in lingua italiana. Il primato complessivo di vendite spetta però al giornale *l'Adige*, diffuso oltre che in provincia di Trento anche in quella di Bolzano. Anche il *Corriere*

della Sera è ben radicato grazie alle due edizioni locali: *Corriere del Trentino* e *Corriere dell'Alto Adige*. Tutti i quotidiani locali del Trentino Alto Adige offrono *news* riguardanti la cronaca rosa e nera, la politica, l'economia e lo sport locale, ma non solo. Non mancano rubriche dedicate a costume e società, arte e spettacoli, aggiornamenti meteo, annunci di lavoro o immobiliari, necrologi, orari di apertura di farmacie, cinema, teatri, ipermercati.

Scheda

Il Tempo

di Corrado Peligra

Giornalista culturale, editor

■ La fondazione e i primi mesi

Il primo numero de *Il Tempo* uscì il 5 giugno 1944, in perfetta e forse voluta coincidenza con la liberazione della capitale dai tedeschi. Fondatore e primo direttore fu Renato Angiolillo (1901-1973), coraggiosa figura di intellettuale antifascista.

L'esordio del quotidiano non fu senza traversie: probabilmente il sottotitolo «quotidiano socialdemocratico» causò alla testata la chiusura dopo solo tre numeri da parte del Comitato di Liberazione Nazionale, che non consentiva l'uscita di giornali che non fossero organo dei partiti della liberazione. Col sottotitolo di «quotidiano indipendente», *Il Tempo* poté tuttavia riprendere la pubblicazione dopo qualche giorno, e immediatamente collocarsi come quotidiano romano di maggiore successo e tiratura.

All'epoca *Il Tempo* condivideva con le altre testate nazionali il formato e la particolarità del «foglio unico» ampiamente generalista, ove attorno alle notizie di spicco si ammassavano annunci pubblicitari e addirittura necrologi. Il prezzo era di mezza lira.

Condirettore del giornale, in questa fase di esordio, fu un intellettuale di prestigio quale Leonida Repaci, scrittore radicalmente antifascista già fondatore del premio Viareggio. Tra i più prestigiosi redattori ci furono Guglielmo Serafini, Carlo Scaparro, Gaspare Gresti e Marcello Zeri. Contribuirono tuttavia alla risonanza nazionale scrittori del nord Italia, ancora dominato dalla Repubblica Sociale, i quali videro subito nella testata l'occasione propizia per manifestare le loro idee. Tra questi Corrado Alvaro, Massimo Bontempelli, Vitaliano Brancati, Emilio Cecchi, Alberto Moravia, Guido Piovene.

■ La rottura con Repaci e l'ampliamento del giornale

Alle soglie del 1945 *Il Tempo* vide l'insanabile contrasto tra Angiolillo e Repaci, dovuto all'orientamento politicamente moderato e poi decisamente conservatore di Angiolillo: Repaci, fedele a un deciso antifascismo, fu così liquidato nel dicembre del 1944, rimanendo in tal modo Angiolillo direttore unico. Era abbastanza facile vedere però nell'orientamento politico di Angiolillo delle ragioni imprenditoriali: egli aveva capito che il successo del giornale si legava sempre più al favore degli ambienti borghesi antiprogressisti, se non, addirittura, nostalgici del regime passato. In tale ottica si spiega tra l'altro la pubblicazione, a partire dalla fine dello stesso 1944, del *Diario* di Galeazzo Ciano. Angiolillo, del resto, aveva visto bene: nel suo secondo anno di vita *Il Tempo* estese la propria diffusione al sud della penisola, raggiunse la considerevole tiratura di trecentomila copie, trasferì la sede nel prestigioso palazzo Wedekind a piazza Colonna, dove ancora oggi risiede, aprì una sede a Milano.

■ Il dopoguerra e gli anni Cinquanta

Nei primi anni del dopoguerra ragioni imprenditoriali e in parte intellettuali scongiurarono però una decisa collocazione reazionaria del giornale. Il timore di perdere lettori della classe media fu probabilmente il motivo per cui Angiolillo e i suoi fedeli collaboratori aprirono a una sorta di dialogo, favorendo soprattutto negli spazi culturali la collaborazione di firme dell'uno e dell'altro orientamento politico, al punto che non pochi storici hanno riconosciuto a *Il Tempo* un ruolo di non poco conto nella distensione nazionale.

Così il giornale si giovò, tra l'altro, degli editoriali di Vittorio Zincone, dal 1955 anche vicedirettore del giornale, e di collaborazioni che avrebbero fatto la storia del giornalismo italiano, come quella di Igor Man agli esteri, di Salvatore Aponte (già noto corrispondente da Mosca per il *Corriere della Sera* nell'importante fase succeduta alla morte di Lenin) alle pagine di politica, di Alberto Giubilo allo sport, di Guido Guidi alla cronaca giudiziaria.

Di prim'ordine anche la schiera degli inviati e dei redattori culturali. Tra gli inviati Virgilio Lilli, Gianni Granzotto da Parigi, Attilio Foti. Alle pagine culturali collaborò il fior fiore della critica e della letteratura. Ricordiamo Enrico Falqui per la critica letteraria, Alberto Moravia, Alberto Savinio, Gioacchino Volpe, Giuseppe Prezzolini, Mario Praz, Curzio Malaparte. Alla pagina degli spettacoli collaborarono Silvio D'Amico per il teatro, Guido Pannain per la musica, Gian Luigi Rondi per il cinema.

■ Il referendum del 1946

Il caso, che forse meglio degli altri può rappresentare il buon compromesso attuato da Angiolillo e compagni tra simpatie per un regime autoritario e apertura alle posizioni democratiche, è sicuramente quello del referendum del 1946. Già da alcuni anni Angiolillo si era schierato a favore della monarchia con qualche simpatia addirittura per forze neofasciste. Nei giorni precedenti il referendum, *Il Tempo* si era tuttavia mantenuto piuttosto imparziale nel grosso degli interventi, anche se non erano mancati segnali a favore della monarchia, sia pure ricondotti a ragioni di benessere dell'Italia.

Il giorno 31 maggio 1946, a due giorni dal referendum, l'editoriale firmato da "Attico", dopo un primo andamento "preoccupato" in cui giustamente prospettava i pericoli di una spaccatura dell'Italia, con un meridione favorevole alla monarchia e un settentrione favorevole alla repubblica, concludeva dicendo: «Se la monarchia può servire da cemento coesivo verso le molte forze centrifughe che operano nel nostro Paese, il voto di domenica assurge a importanza definitiva». E nell'intervento privo di firma intitolato "Ipotesi e orientamenti nei circoli politici sulle elezioni", la rassegna fino a un certo punto oggettiva dell'articolo non mancava di una sottile sottolineatura critica verso la soluzione repubblicana, che a parere dell'articolista conteneva rischi di squilibrio nella rappresentanza parlamentare: «La soluzione repubblicana imporrebbe invece di bilanciare lo spostamento dell'equilibrio verso sinistra».

La prima pagina del 1° giugno, col notevole spazio riservato alla monarchia, è poi un buon esempio di come lo spazio giornalistico (inteso come posizione delle notizie ma anche come estensione) possa implicare messaggi politici o ideologici. Spiccano soprattutto due articoli, rispettivamente intitolati "Il messaggio di Umberto II agli Italiani di ogni partito", in cui si dava anche notizia di un secondo referendum

che la monarchia avrebbe «generosamente» proclamato in caso di successo, e «Il sovrano a Genova in forma privata», dove non si mancava di dare notizia di «numerose manifestazioni inneggianti alla monarchia e al sovrano».

■ Le rubriche popolari

Particolare di spicco dell'epoca Angiolillo fu l'inserimento di rubriche "popolari", oggi dilaganti anche nella stampa periodica, ma allora buona previsione di Angiolillo e compagni nel favorire il dialogo con il pubblico, con considerevoli buone ricadute sulla tiratura del giornale. Tra le altre ricordiamo la *Lettera della domenica* di Alberto Giovannini, *Formicaio e Disco rosso* di Alberto Consiglio, *Un giorno in pretura*, titolo poi riciclato dalla RAI, di Nantas Salvalaggio.

La *Lettera della domenica* di Alberto Giovannini, due colonne domenicali su argomenti prevalentemente di costume, fu probabilmente la rubrica più seguita dagli italiani, e quella che sicuramente fece di Giovannini la firma più popolare del giornale. Il successo della rubrica può essere considerato d'altronde un segno dei tempi: da buona parte degli italiani, ormai stanchi di un dibattito politico e ideologico che diventava per molti sempre più paroloso e astratto, il ruolo di "battitore libero" che Giovannini s'era dato, ove con raffinata arguzia colpiva il malcostume e osannava il buoncostume secondo "aspettative" popolari, non poteva che riscuotere grande acclamazione.

■ Il dopo Angiolillo

Negli anni Sessanta *Il Tempo* conservò, sia pure con qualche avvicendamento di firme, qualche esodo dei più illustri collaboratori (quello di Igor Man, per esempio, passato a *La Stampa* nel 1963) e qualche oscillazione di vendite, il prestigio culturale dello scorso decennio, assieme al primato di vendite a Roma. La direzione di Angiolillo garantiva "tenuta" al giornale, ma non mancarono però di farsi sentire i cambiamenti di proprietà che nel frattempo erano avvenuti. Nel 1957 infatti la SER, editrice di *Il Tempo*, divenne società per azioni e nel 1966 divenne proprietà dell'industriale Attilio Monti.

Fu però soprattutto a partire dal 1973, con la morte di Angiolillo, che le sorti del giornale iniziarono a divenire problematiche. La direzione fu subito affidata a Gianni Letta, già direttore amministrativo del giornale, che la mantenne fino al 1987, per ben quindici anni.

Nel 1981 la proprietà del giornale passò a Carlo Pesenti, nel 1987 ritornò parzialmente a Monti e nel 1990 interamente allo stesso Monti; nel 1995 passò al costruttore Gaetano Caltagirone e nel 1996 a Domenico Bonifaci. L'alternanza di proprietari non fu senza conseguenze sull'organigramma redazionale. Si succedettero nella direzione, infatti, dopo Letta, Gaspare Barbiellini Amidei, Franco Cangini, Marcello Lambertini, Giovanni Mottola, Maurizio Belpietro, Gian Paolo Cresci, Mauro Trizzino, Giuseppe Sanzotta, Mino Allione, Franco Bechis, Gaetano Pedullà, Giuseppe Sanzotta, Roberto Arditti Mario Sechi, Sarina Biraghi, Gian Marco Chiocci.

Tale elenco può dare l'idea delle difficoltà cui l'assetto redazionale è stato soggetto in questi ultimi anni, con una instabilità di direzione che non ha certo giovato al suo destino editoriale. Non di rado si sono oltretutto manifestati malumori e conflitti tra redazione e proprietari, il cui caso più eclatante è esploso nel marzo 1993, in un

periodo peraltro di buon andamento del quotidiano, quando la proprietà del giornale fu sospettata di aver messo insieme un dossier sulla vita professionale ma anche privata di tutti i giornalisti, con grave violazione dello statuto dei lavoratori. Vi fu uno sciopero che proseguì per ben trentanove giorni, che alla fine implicò l'intervento della presidenza del Consiglio.

Il quotidiano tuttavia si riprese a metà degli anni Novanta, con la direzione di Gianni Mottola.

■ Le vendite e il formato

Segno macroscopico del “dopo Angiolillo” fu la flessione delle vendite, seppure queste si mantenessero sulla considerevole cifra di centoquarantamila copie giornaliere nel periodo Letta e di centoquindicimila nei primi anni Novanta. Ma a partire dal 1996 le vendite scendono, progressivamente, dalle settantotto mila copie giornaliere di quell'anno fino alle trentasettemila del 2013. Sarebbe tuttavia semplicistico attribuire alle gestioni e alle direzioni che si sono avvicendate l'intera responsabilità di tale calo: contano ovviamente fenomeni quali, soprattutto, l'avvento delle informazioni digitali e una sorta di disaffezione del pubblico verso la stampa di impegno, che hanno caratterizzato la crisi generale dei giornali quotidiani, provocando da un lato la loro modifica e dall'altro, appunto, il calo delle vendite. Angiolillo era stato sicuramente acuto interprete delle aspettative della nazione e intelligentissimo fautore di scelte a esse coerenti. Ma agiva in un'epoca profondamente diversa da quelle in cui si sono dovuti districare i suoi successori.

Il Tempo ha mantenuto il tradizionale formato *broadsheet* (“lenzuolo”) fino al 2007, quando fu preferito il compatto formato “berlinese”. Oggi il giornale si propone con una sobria ed elegante veste grafica, interamente corredata da immagini a colori, e con una razionale distribuzione dei contenuti, che richiama sostanzialmente la tradizionale ripartizione del giornale quotidiano ma tiene conto delle mutate condizioni della società, soprattutto per ciò che riguarda l'interazione tra eventi nazionali ed esteri. Negli ultimi anni sono state abolite le varianti regionali, e il giornale esce ora in una sola edizione nazionale.

Scheda

Il Gazzettino

di Andrea Cattelan

Docente di religione cattolica presso il liceo scientifico “E. Fermi” di Padova

Il Gazzettino è il giornale simbolo di Venezia, è uno dei più antichi quotidiani italiani tuttora in vita. Per diffusione è il maggiore quotidiano del Triveneto. È oggi tra i primi dieci quotidiani di informazione di Italia. Esce in sette edizioni: Venezia-Mestre, Treviso, Padova, Belluno, Rovigo, Udine, Pordenone. È costituito da due dorsali: uno nazionale, uguale per tutte le edizioni, e uno locale. All'interno del dorso nazionale è inserita la sezione dedicata al Nord-Est. Stampa ogni giorno circa duecento pagine complessive.

■ Storia

Domenica 20 marzo 1887 Gianpietro Talamini (Vodo di Cadore 1845 - Venezia 1934) fonda *Il Gazzettino*, con il sottotitolo “Giornale della democrazia veneta”, formato 37 per 28 cm, quattro colonne. Costa due centesimi a Venezia, tre in terraferma. La sede è una piccola tipografia in Campo San Fantin, Corte Minelli 1996, davanti alla Fenice. Qui vi restò fino al 1893 quando la redazione e l'amministrazione fu trasferita in Calle dei Pestrin, poi nel 1898 si trasferì nel patrizio palazzo Faccanon a San Salvador dove rimase per ben ottanta anni.

Nasce con lo scopo dichiarato, nella sua prima uscita, «di appoggiare le iniziative utili, nel commercio e nella industria, dei produttori per migliorare le tristi condizioni economiche del Paese». Il programma in campo politico è rivolto: «all'impegno ad appoggiare i democratici veneti e a combattere la reazione politica e clericale, la immoralità e la miseria». *Il Gazzettino* nel suo primo numero, affrontando i temi in ambito sociale, dice che: «le profonde ingiustizie che opprimono la grande maggioranza delle popolazioni e che di conseguenza producono la miseria, l'abbruttimento, lo spirito di ribellione sempre latente, l'odio verso le classi superiori, sono la cagione continua di pericoli, di debolezza e di generale malessere». Pertanto sottolinea «che è preciso dovere della democrazia combattere il clericalismo, di sciogliere con la libertà la questione politica e con la giustizia la questione sociale. Dunque di essere uomini di buona volontà e onesti, che si propongono di combattere tutte le ingiustizie e di difendere e conseguire le cose giuste».

■ Dalla fondazione al 2000

1887 – Domenica 20 marzo Gianpietro Talamini fonda *Il Gazzettino*.

1893 – Nasce la redazione di Padova in piazza dei Signori. A Venezia redazione e amministrazione vengono trasferite in Calle dei Pestrin.

1894 – Apre l'ufficio di corrispondenza di Treviso. Il prezzo diventa unico (tre centesimi), il formato passa a 46 per 31 cm, cinque colonne.

1897 – Il sottotitolo diventa “Giornale democratico”.

1898 – Il 7 agosto la sede passa a Palazzo Giustinian San Salvador, noto come Ca' Faccanon.

1898 – Apre la redazione di Belluno.

1899 – Impaginazione a cinque colonne, prime fotografie nelle pagine. Formato 50 per 35 cm. La prima pagina riporta le notizie italiane ed estere, la seconda e la terza la cronaca di Venezia o le cronache locali, la quarta è di pubblicità. Iniziano a comparire i romanzi di appendice al piede della prima pagina. Apre l'ufficio di corrispondenza del Polesine.

1900/1906 – Aumento della tiratura: il giornale passa da trentamila a quarantaseimila copie.

1900 – Apre l'ufficio di corrispondenza di Verona.

1901 – Apre la redazione di Rovigo.

1902 – Crolla il campanile di San Marco e *Il Gazzettino* promuove sottoscrizioni per la ricostruzione.

1909 – Formato 57 per 40 cm, prima testata sportiva il *Gazzettino dello sport*.

1914/1915 – *Il Gazzettino* prende posizione a favore dell'intervento in guerra dell'Italia, mettendo la sede a disposizione di comizi e riunioni di interventisti.

1915/1918 – *Il Gazzettino* aggiunge alle centocinquantamila copie di tiratura, tra cui dodicimila abbonamenti. È il punto di contatto tra fronte e retrovia. Solo verso la fine della guerra, per la mancanza di carta e i costi, viene ridotto a due pagine e costa dieci centesimi.

1920 – Aumento del prezzo a venti centesimi.

1926 – Incursioni squadriste e occupazioni fasciste della redazione. Il 31 ottobre 1926 il prefetto ordina la sospensione delle pubblicazioni in quanto il giornale non è "allineato". Le pubblicazioni riprendono il 26 novembre perché Talamini ha accettato un condirettore designato dal fascio, Giuseppe Toffano.

1927 – Le redazioni sono dodici: Venezia, Belluno, Gorizia, Padova, Rovigo, Treviso, Trento, Udine, Bolzano, Verona, Vicenza, Roma.

1934 – Il 20 settembre di quell'anno Giampietro Talamini muore a ottantannove anni, nuovo direttore diventa il figlio Ennio.

1936 – Il 30 settembre, su indicazione di Mussolini il nuovo direttore è Giorgio Pini, i Talamini conservano la proprietà. La cedono nel 1939 a un pool guidato dal finanziere Giuseppe Volpi. Il 29 maggio nasce a Roma la Società editoriale San Marco.

1940 – La *Gazzetta di Venezia*, di proprietà del conte Volpi, si fonde con *Il Gazzettino* diventandone l'edizione della sera.

1941 – Nuovo formato: 59 per 42 cm, otto colonne, nuova grafica.

1943 – Dal 13 al 25 settembre *Il Gazzettino* esce senza la firma di direttore responsabile e riporta quasi esclusivamente comunicati del comando nazista.

1945 – Dal 28 aprile esce con diversi nomi (*Fratelli d'Italia*, *Corriere di Venezia*, *Corriere del Veneto*) sotto il controllo degli Alleati. Il 18 luglio ritorna *Il Gazzettino*, unica testata italiana a non dover aggiungere la dicitura "Nuovo" imposta dal comando interalleato. La testata viene rilevata da una società editoriale controllata da esponenti di area democristiana. Costa cinque lire.

1947 – Nasce *Ognisport*, settimanale sportivo che poi tornerà sotto la testata principale caratterizzando l'edizione del lunedì.

1950 – Il giornale passa a sei pagine, prezzo quindici lire.

1952 – Otto pagine, il sabato e la domenica da dodici a sedici pagine. Costa venticinque lire.

1967 – Tiratura centocinquantasettemila copie.

1977 – Trasferimento da Venezia alla zona industriale di Mestre, ancora attuale sede, con redazione centrale e tipografia.

1980 – Crisi di bilancio. Nel 1983, la testata viene rilevata da Sep, Società editoriale padana, cordata di imprenditori. Quaranta azionisti, ognuno dei quali non possiede più del 7%, a garanzia di democrazia. Presidente Luigino Rossi.

1985 – Il 23 aprile sdoppiamento del giornale in due fascicoli: uno nazionale, uno locale per ciascuna delle province. Diffusione: 128.755 copie.

1986 – Prime stampe a colori.

1987 – Il 20 marzo viene celebrato il centenario.

1992 – Ha inizio la video impaginazione: giornalisti e tipografi disegnano le pagine al computer. Prima erano materialmente “costruite” dai tipografi su disegni dei giornalisti.

1993 – Riduzione del formato a 54, 5 per 36 cm, otto colonne, nuova grafica.

■ Dal 2000 a oggi

2001 – Nuova maggioranza nella Sep, il presidente non è più Luigino Rossi, nella nuova maggioranza anche la famiglia Benetton.

2006 – *Il Gazzettino* promuove una sottoscrizione per La Fenice distrutta da un incendio.

2006 – In luglio Francesco Gaetano Caltagirone, già proprietario del *Messaggero* di Roma, del *Mattino* di Napoli, del *Corriere Adriatico*, del *Quotidiano di Lecce* e del quotidiano free press *Leggo*, con il suo gruppo diventa proprietario del 52% del *Gazzettino*. In pari data viene nominato direttore responsabile Roberto Papetti.

Nel corso del 2008 viene aggiornato il sistema editoriale e lanciata la versione web del giornale, che sarà successivamente potenziata e rinnovata nella grafica e nei contenuti nel 2012 ed è oggi il giornale più letto del Nordest.

Nell'ottobre del 2009 viene deciso il passaggio all'attuale formato 27 per 36¹, con l'aumento delle pagine dedicate alle singole realtà locali.

■ Linea politica

Talamini, esponente della generazione cresciuta negli ideali risorgimentali, patriota radicaleggiante e anticlericale, è un progressista anche in campo sociale e, pur senza mai travalicare i confini di un interclassismo moderato e populista, dirigerà per mezzo secolo il giornale. Bisogna inoltre ricordare che nel Veneto dell'epoca città e campagna apparivano come due universi culturali quasi del tutto distinti, anche dal punto di vista della stampa: i quotidiani liberali o radicali erano seguiti per lo più dalla borghesia urbana, mentre le letture del mondo contadino era sostanzialmente limitate ai periodici cattolici; l'inedita formula del quotidiano “popolare” con notizie anche dai centri minori permise a *Il Gazzettino* di gettare per la prima volta un ponte tra i due diversi pubblici. Non sorprende dunque che il giornale di Talamini arrivasse in età Giolittiana a dichiarare tirature superiori alla somma di tutti gli altri quotidiani veneziani, e poi di tutti quelli veneti messi assieme; negli anni della Grande guerra si raggiunsero le centocinquantomila copie, cifra poi sostanzialmente conservata – seppure con alti e bassi – nei decenni successivi. La crescita del giornale andava d'altronde di pari passo con un progressivo smussamento del radicalismo

1. Dott. Alessandro Comin Caporedattore de *Il Gazzettino*

politico di Talamini. A cavallo tra i due secoli *Il Gazzettino* ha ancora i connotati di un giornale d'opposizione democratica e progressista (si vedano le polemiche contro le imprese africane o le repressioni dei moti popolari degli anni Novanta), con qualche attenzione persino per le correnti più moderate del nascente movimento operaio; ma in età Giolittiana le posizioni si fanno via via più caute e filogovernative, e l'anticlericalismo lascia progressivamente il posto all'antisocialismo. Si tratta in verità di un'evoluzione comune a tanti democratici post-risorgimentali, specie in una città come Venezia dove il panorama politico pare sempre più polarizzarsi nell'opposizione tra un Partito socialista, che comincia a mietere successi elettorali, e un sindaco, Filippo Grimani, che per quasi un quarto di secolo diventa il tutore dell'ordine costituito; tutte le posizioni intermedie – democratici, radicali e progressisti liberali – rischiano così di appiattirsi sul clerico-moderatismo del “sindaco d'oro”. Il patriottismo, l'irredentismo e l'antisocialismo di Talamini trovano, infine, pieno compimento nella campagna interventista del 1914-1915, quando *Il Gazzettino* si segnala come uno dei primi grandi quotidiani italiani che si schiera, fin dall'agosto 1914, per la guerra contro l'Austria, presentata quale necessario compimento del processo di unificazione nazionale. Vera e propria “nave ammiraglia” dell'interventismo veneto, il quotidiano mostra allora per la prima volta il peso che è ormai in grado di esercitare sull'opinione pubblica regionale, e inaugura un ruolo che gli spetterà per vari decenni, quello di bussola, quasi infallibile, nell'indicare la direzione in cui si muove il Veneto.

La guerra, l'invasione austriaca di parte del territorio regionale, la Venezia in prima linea dopo Caporetto, il figlio caduto sul Piave (e gli altri tre sotto le armi), la gioia per la vittoria finale non possono naturalmente che rafforzare il patriottismo di Talamini, assieme alla sua avversione per il nemico interno, i sovversivi “anti-italiani”. Perfettamente coerente con ciò, dunque, il sostegno all'impresa di Fiume (D'Annunzio era peraltro amico personale del direttore), al combattentismo e al primo fascismo. Dire che il giornale simpatizzi per il nascente movimento di Mussolini è, in verità, limitativo: *Il Gazzettino* tiene di fatto a battesimo il Fascio veneziano, pubblicando sulle sue pagine l'appello per la fondazione e ospitando a palazzo Faccanon la riunione costitutiva (marzo 1919); il movimento avrà ufficialmente sede presso la redazione del giornale per più di un anno e Giuseppe Talamini, uno dei figli di Gianpietro, risulta nel primo consiglio direttivo. Negli anni successivi non mancheranno, a dire il vero, alcune prese di distanza dal fascismo, o meglio alcuni tentativi di correggere la rotta di un movimento a cui si riconosceva indubbia utilità, ma di cui disturbavano gli eccessi di violenza e le componenti più propriamente eversive. Simili preoccupazioni si registrano sul giornale anche dopo la marcia su Roma, soprattutto in occasione del delitto Matteotti, senza comunque che venga mai meno la fiducia in Mussolini. Fuorviante pare dunque l'immagine – tramandata dalla memorialistica interna a *Il Gazzettino*, o vicina a essa – di un giornale presto ravvedutosi dall'iniziale simpatia per le camicie nere e conservatosi a lungo “non allineato” e “indipendente”, quasi una spina nel fianco del fascismo veneziano. Una volta consolidatosi il regime, Talamini e la sua creatura furono indubbiamente sottoposti a pressioni e attacchi di vario genere; ma a causarli non fu tanto un'ipotetica indipendenza politica del giornale (d'altronde impossibile), quanto quei margini di autonomia economica e gestionale che il giornalista/imprenditore cadorino, da sempre unico padrone, continuava gelosamente a difendere. Proprio la sostanziale fedeltà del *Gazzettino* al fascismo – più ancora che i suoi meriti patriottici, il suo prestigio o la sua forza economica – fu d'altronde ciò che gli permise di non essere immediatamente soppresso o acquisito dalle strutture del partito, come avvenne ad altri fogli meno

fidati; ma nel giro di qualche anno ciò non fu più sufficiente: in un'Italia completamente fascistizzata suscitava scandalo che un organo di informazione così importante non fosse sotto il diretto controllo delle gerarchie del regime. L'accusa a *Il Gazzettino* di non essere "abbastanza fascista" nascondeva, inoltre, le mire delle forze capitalistiche e industriali che dettavano legge nel fascismo veneziano, e a cui il giornale faceva ovviamente gola. Sennonché, fortunatamente per il fondatore e per la sua famiglia, due diversi "clan" politico-economici fascisti – quello di Giuseppe Volpi e quello di Giovanni Giuriati – si contendevano allora il potere in laguna e, sfruttando questa rivalità, *Il Gazzettino* poté conservare ancora qualche spazio di manovra, grazie in particolare all'abilità e alla determinazione di Ennio, il figlio maggiore di Gianpietro. I maneggi per sottrarre *Il Gazzettino* al suo fondatore cominciano nel 1926 con l'azione congiunta di una spedizione squadrista e di un decreto prefettizio che ne sospende le pubblicazioni: Talamini è costretto ad assumere come condirettore il vicesegretario del locale Partito fascista e ad allontanare alcuni collaboratori di sua fiducia in odore di antifascismo. Due anni più tardi, a riprova della posta in gioco, un nuovo tentativo coinvolge i vertici stessi del fascismo italiano: il vecchio Talamini viene convocato a Roma da Augusto Turati, segretario nazionale del Partito, che gli impone di cedere il giornale agli uomini di fiducia di Volpi; ma Giuriati, allertato da Ennio Talamini, si appella direttamente a Mussolini che manda all'aria l'operazione.

Le manovre vengono così sospese in attesa che esca di scena l'ingombrante figura del fondatore. Gianpietro Talamini muore nel settembre 1934 all'età di 89 anni e il figlio Ennio, succedutogli alla direzione, deve subito sventare un nuovo attacco del prefetto: ci riesce coinvolgendo nuovamente – stavolta grazie alla mediazione di D'Annunzio – Mussolini. Ma è l'ultima volta che il duce interviene in favore dei Talamini: alla successiva occasione, nel 1936, non risponde alla lettera di Ennio, che senza più protezioni dall'alto viene allontanato dalla direzione. La famiglia riesce a conservare la proprietà del giornale ancora per un paio d'anni, finché nel 1939 – dopo una complessa vicenda legale di liquidazioni e fallimenti – deve cederla alla società "Editoriale S. Marco", costituita per l'occasione con i capitali veneziani dei gruppi Volpi e Cini, cui si aggiunge la famiglia Agnelli.

Dopo tredici anni di tentativi andati a vuoto Giuseppe Volpi riesce finalmente a mettere le mani sul massimo quotidiano veneto; l'imprenditore, ormai signore incontrastato della città, è peraltro già proprietario della *Gazzetta di Venezia*, e la storica testata viene allora declassata – proprio nel giorno del suo duecentesimo compleanno – a edizione serale di quello che un tempo aveva sprezzantemente definito "il beniamino degli analfabeti". L'offerta editoriale del *Gazzettino* era d'altronde andata ampliandosi fin dal 1921, con la nascita del *Gazzettino Sera* e del *Gazzettino Illustrato* (settimanale sul modello della *Domenica del Corriere*), cui si aggiungeva a metà anni Trenta un altro settimanale, *Il Gazzettino dei Ragazzi*; fin dal termine della Grande guerra, inoltre, l'apertura di nuove redazioni a Trento, Trieste e nelle altre terre "redente" aveva sancito la trasformazione del giornale da veneto a triveneto.

Alla fine degli anni Trenta, l'annosa questione della proprietà del *Gazzettino* sembrava dunque risolta nel modo più logico e stabile, con il suo approdo nelle mani dell'uomo più potente di Venezia. Ma, di lì a poco, la guerra e la caduta del fascismo – e dunque del potere incontrastato di Volpi – avrebbero rimesso in discussione tutto. Dopo la prima e provvisoria destituzione di Mussolini, il 25 luglio 1943, la cauta defascistizzazione del giornale portò alla direzione il poeta padovano Diego Valeri (mentre la candidatura di Armando Gavagnin veniva rifiutata dal prefetto perché troppo chiaramente antifascista); lo spiraglio durò tuttavia, come è noto, solo poche settimane: l'occupazione tedesca seguita all'armistizio dell'8 settembre significò

la restaurazione del fascismo sotto forma di Repubblica sociale. Valeri fu costretto a fuggire in Svizzera e, per il giornale, seguirono altri venti mesi di avvilente asservimento alle nuove autorità naziste.

Finalmente, il 28 aprile 1945, usciva la testata *Fratelli d'Italia – Il Gazzettino – Organo del Comitato Regionale Veneto di Liberazione Nazionale (Fratelli d'Italia era stato il giornale del CLN veneziano durante la clandestinità)*; ma il composito titolo durò solo qualche giorno perché, con l'insediarsi delle autorità militari alleate, nella tipografia di palazzo Faccanon si prese a stampare un quotidiano curato direttamente dal P.W.B. – l'ufficio angloamericano per il controllo della stampa – e intitolato *Corriere di Venezia* (poi *Corriere Veneto*). Bisognò attendere il 18 luglio di quell'anno perché nelle edicole tornasse il più familiare *Gazzettino*; in verità alleati e CLN avrebbero preferito chiamarlo "Nuovo Gazzettino", a sottolineare la discontinuità con il periodo fascista, ma Ugo Facco De Lagarda e Armando Gavagnin – nominati dallo stesso CLN alla guida del giornale, rispettivamente come commissario della "Editoriale S. Marco" e come direttore – riuscirono a far prevalere la continuità con il giornale di Talamini.

Senonché, mentre a palazzo Faccanon si credeva di gettare le basi per il nuovo capitolo della lunga storia del *Gazzettino*, le sorti del giornale erano in verità già state decise altrove: la Democrazia cristiana infatti – violando gli accordi presi con gli altri partiti del CLN, all'oscuro di tutto – aveva da tempo acquisito la proprietà della "Editoriale S. Marco". Fin dalla seconda metà del 1944 il milanese Pietro Mentasti, uno dei massimi dirigenti della Dc nel nord Italia, aveva avuto contatti con Volpi e Cini, riparati in Svizzera, che gli avevano ceduto la proprietà della società da cui dipendeva *Il Gazzettino*: tutto lascia supporre che i due imprenditori non avessero avuto in cambio alcun denaro, ma piuttosto l'assicurazione di passare indenni attraverso le epurazioni e le ritorsioni che avrebbero prevedibilmente seguito la caduta del regime (sia Volpi che Cini, va ricordato, erano stati ministri di Mussolini: avevano dunque urgenza di cercare protezione tra le forze politiche che si apprestavano a guidare l'Italia post-fascista).

Dopo la lunga contesa degli anni Venti e Trenta, questa vicenda dimostrava nuovamente come la proprietà del *Gazzettino* fosse ormai un attributo indispensabile per chi aspirava all'egemonia politico-culturale sul Veneto. Parte delle azioni della "S. Marco" furono poi intestate ad Augusto De Gasperi, fratello di Alcide, che da allora fu per oltre vent'anni una figura chiave della società editoriale del *Gazzettino*, prima come amministratore delegato e poi come presidente. Alla direzione Mentasti avrebbe voluto chiamare Indro Montanelli, ma l'operazione non andò in porto.

Cominciava così la lunga era democristiana del quotidiano veneto, inevitabilmente caratterizzata, soprattutto negli anni della Guerra fredda, dall'anticomunismo e dall'assoluta ortodossia filogovernativa. Per un intero decennio (1950-60) fu diretto da Attilio Tommasini, già capocronista durante gli anni del fascismo e della Repubblica sociale, emblema di una continuità redazionale che scavalcava l'esperienza della Resistenza. Soltanto gli anni Sessanta – quelli del centrosinistra e delle grandi trasformazioni sociali e culturali – portarono qualche tentativo di rinnovamento: la direzione di Giuseppe Longo (1960-67) cercò soprattutto di elevare il profilo culturale della testata, pur senza intaccarne l'osservanza politica democristiana; più ambizioso l'esperimento di Alberto Cavallari (1969-1970), che al suo arrivo proclamò addirittura di voler fare del giornale il *Le Monde* italiano, ma venne malamente cacciato solo un anno più tardi. La proprietà non riteneva, evidentemente, che una – seppur cauta – critica politica potesse rientrare nella linea editoriale del *Gazzettino*: così negli anni Settanta nessuno mise più in discussione la fedeltà del quotidiano alla Democrazia

cristiana e, più precisamente, alla corrente dorotea e al suo leader vicentino Mariano Rumor.

Nel 1977, intanto, un significativo segno dei tempi: *Il Gazzettino* lascia palazzo Faccanon per trasferirsi a Mestre, in via Torino. Per Venezia è un fatto a suo modo epocale, sintomatico dell'esodo di popolazione e di funzioni urbane dal centro storico; ma per il quotidiano altri più traumatici mutamenti si preparano. All'inizio degli anni Ottanta, la Dc dà i primi segni di cedimento elettorale anche nella sua roccaforte veneta, le vendite del *Gazzettino* sono in calo e la stessa proprietà del giornale attraversa cattive acque. Nel 1983 l'"Editoriale S. Marco" – coinvolta tra l'altro nello scandalo del Banco Ambrosiano e nel caso Calvi – cede, dopo più di quarant'anni, la testata a una nuova società, la SEP (Società Editrice Padana), costituita da un gruppo di industriali veneti e presieduta da Luigino Rossi, imprenditore calzaturiero della Riviera del Brenta. Il passaggio del *Gazzettino* dal partito cattolico di governo agli industriali – protagonisti di quel "miracolo" economico veneto di cui si comincia allora a prender coscienza – avrà naturalmente effetti determinanti anche sulla linea editoriale del giornale. Dopo la breve direzione di Gustavo Selva (1983-1984), è la lunga era di Giorgio Lago (1984-1992) a segnare decisamente la svolta: il giornale, che fino a pochi anni prima incensava incondizionatamente governi nazionali e poteri democristiani locali, dà ora voce alle sempre più diffuse critiche alla politica e alle istituzioni, alle recriminazioni del Veneto e alle richieste di autonomia. Pur non mancando qualche critica al partito di Bossi, l'attenzione è tutta concentrata sul fenomeno Liga/Lega; il giornale si impegna apertamente nelle campagne per il federalismo e, soprattutto, gioca un ruolo fondamentale nell'"invenzione" del Nordest, con i suoi risvolti autocelebrativi e mitizzanti.

Da Venezia al Veneto, dal Triveneto al Nordest: *Il Gazzettino* conferma il suo ruolo di primo piano nella costruzione di un'identità locale, e incarna per tutto il Novecento le tendenze vincenti – interventismo, fascismo, cattolicesimo o venetismo – in questa parte d'Italia. Una specificità e un radicamento territoriale che rappresentano anche nel Nuovo Millennio le caratteristiche principali del *Gazzettino*, guidato dal 2006 da Roberto Papetti, e ne fanno, anche con la versione *online*, il giornale di riferimento e lo specchio dei cambiamenti e dei tormenti del Nordest d'Italia.

Scheda

L'Arena

di Ismail Ali Farah

Giornalista

■ **L'Austria si ritira, nasce il giornale di Verona**

Il 12 ottobre del 1866, a pochi giorni dal plebiscito che sancirà l'annessione di Verona al Regno d'Italia e la fine della presenza austriaca in Veneto, nasce il quotidiano *L'Arena*, il giornale di Verona. Tra quelli ancora attivi è uno dei più antichi giornali d'Italia. A dirigerlo è Alessandro Pandian affiancato da Giusto Ponticaccia. Fin dalla sua fondazione, il quotidiano esprime una linea editoriale conservatrice e moderata, condivisa con le aree sociali dominanti nella città, una linea che rimane invariata senza scossoni per tutta la sua storia. Come per i quotidiani dell'epoca, contava su un corpo redazionale di due redattori, più che sufficienti per comporre le quattro pagine del giornale. Buona parte dello spazio veniva dedicato ai dispacci dell'Agenzia stampa Stefani, collocata in prima pagina, riportanti notizie nazionali e internazionali, impaginate senza un criterio specifico; di grande importanza era anche l'editoriale e il varietà, con le cronache degli spettacoli di teatro. Le inserzioni pubblicitarie costituiscono già dalla sua nascita una delle fonti di finanziamento del quotidiano. *L'Arena* è pubblicata dal 1866 fino a oggi, fatto salvo un breve periodo tra il 5 maggio 1945 e il 30 giugno 1946, sostituita da *Verona Libera*, organo del Comitato di Liberazione Nazionale. Riprende le pubblicazioni nel 1946, edita, fino a oggi, dalla società Athesis, in edicola sei giorni a settimana, come le norme dell'epoca imponevano. Il settimo numero del giornale uscirà, fino al 1983, sotto il nome de *Il Nuovo Adige*, leggermente rivisto dal punto di vista grafico, come era d'uso tra gli editori del periodo, per poi tornare da allora a sette numeri settimanali con la stessa testata.

■ **In punta di penna e... di spada**

Nei primi decenni di vita del giornale, fa la sua comparsa nella redazione dell'*Arena*, e vi rimarrà per dieci anni, lo scrittore Emilio Salgari, autore de *La tigre della Malesia*, pubblicato a puntate su *La Nuova Arena* e creatore del celebre pirata Sandokan. Sul finire del XIX secolo, le rivalità tra giornalisti e rispettivi giornali e lo scontro tra i diversi schieramenti politici spesso davano seguito a veri e propri duelli che dalla penna si traducevano alla spada. Lo stesso Salgari si rende protagonista di un noto duello con Giuseppe Biasioli, giornalista del quotidiano radicale concorrente, *l'Adige*, concluso con la vittoria del primo e il ferimento del secondo. Nel 1904 Antonio Mantovani, direttore dell'*Arena*, perde la vita scontrandosi con Luigi Bellini Carnesali, direttore dell'*Adige*, segnando la fine dei duelli, fino ad allora utilizzati di frequente per dirimere le contese.

■ **Centocinquant'anni di innovazioni**

La direzione di Dario Papa, dal 1874 al 1880 e di nuovo nel 1884, segna un primo importante impulso per il giornale, che passa da una a due edizioni quotidiane, una

del mattino e una del pomeriggio, e introduce i servizi di varietà e di cronaca nera, che così iniziano ad assumere un ruolo di maggiore rilievo. La morte di Gaetano Franchini, tipografo ed editore, succeduto dal figlio Albano, segna l'introduzione di una nuova macchina da stampa a vapore che dal 1879 garantirà al quotidiano una tiratura di quattro, cinquemila copie all'ora. Tra il 1880 e il 1883 la proprietà del quotidiano passa al partito liberal-moderato, un breve lasso di tempo in cui, però, Papa cessa di dirigere il giornale per fare l'inviato del *Corriere della Sera* negli Stati Uniti. Un periodo che gli ha consentito, una volta tornato alla direzione del quotidiano, di applicare profondi cambiamenti nel giornale: restringendo le colonne, aumentando il formato, introducendo nuovi caratteri e titoli per tutte le notizie. Papa, da monarchico, tornato dagli Stati Uniti repubblicano, si dimise dalla direzione proprio a causa di divergenze politiche con la proprietà.

Il telegrafo era sempre stato utilizzato di rado, anche a causa dei costi collegati. Per questo i dispacci della Stefani costituivano la parte più preziosa e da valorizzare nel giornale.

All'inizio del nuovo secolo, tra il 1905 e il 1915, mentre la direzione di Adolfo Fossi introduceva l'uso del telefono in redazione, che consentiva una comunicazione più esaustiva delle notizie rispetto al telegrafo, la successione alla tipografia Franchini da Albano ai figli Gaetano, Fabio e Antonio, vedeva l'uso delle prime *linotypes*, in grado di portare il quotidiano, a ridosso dello scoppio della Grande Guerra, a una diffusione di ben cinquantamila copie, ma bisognerà attendere fino agli anni bui del fascismo per vedere l'introduzione delle rotative. Dal secondo dopoguerra, la proprietà è nella mani della società Athesis, con partecipazioni di investitori cittadini. La ripresa porta in seguito l'editore ad acquisire nei decenni successivi la proprietà de *Il Giornale di Vicenza* e del quotidiano bresciano *BresciaOggi*, detenendo quote anche dell'*Alto Adige* di Bolzano. La direzione di Giuseppe Brugnoli vede gli ultimi importanti cambiamenti del xx secolo che hanno preparato il quotidiano veronese per il nuovo millennio. Dalla stampa a caldo nel 1984, a quella a colori nel 1988, sul piano tipografico, e l'introduzione dei video terminali, mentre sul piano editoriale – sono gli anni dell'edonismo reganiano – nasce la sezione di economia, sulla spinta dell'interesse mostrato verso un'analisi sempre più accurata dei fenomeni economici e finanziari.

Bisognerà attendere il nuovo secolo e la direzione di Maurizio Cattaneo per assistere all'introduzione del *full color* e di un nuovo formato per il quotidiano, oltre al potenziamento del sito web, con una redazione dedicata.

Dopo un primo approccio con il web – su cui vengono messe a disposizione del pubblico una copia gratuita del quotidiano del giorno precedente e notizie nazionali o già trattate nell'edizione cartacea – il sito ha iniziato ad avere una propria attività specifica con la pubblicazione tempestiva di notizie praticamente a ogni ora del giorno. Il passo successivo, che si sta compiendo proprio in questo periodo, è la grande sfida multimediale, ovvero la creazione di una totale sinergia tra tutti i *media* del gruppo: carta, Internet, tv e radio. Un passaggio in cui il quotidiano continua a essere investito di un ruolo centrale ma in cui è orientato sempre più – oltre al fornire notizie – all'approfondimento, all'inchiesta, alla spiegazione e all'analisi dei fatti; mentre, attraverso Internet, viene continuamente implementata la capacità di fornire in modo tempestivo le notizie supportate da video e servizi realizzati da tv e radio. La stessa informazione radiotelevisiva del gruppo (Telearena e Radioverona) per contro viene valorizzata grazie alla partecipazione dei giornalisti del giornale.

■ Il quotidiano oggi

La forza del quotidiano *L'Arena*, nei suoi centocinquant'anni di storia, è derivata da un profondo radicamento nel territorio, con una partecipazione attiva dei cittadini e dei gruppi di interesse locali nel sostenere la solidità finanziaria del quotidiano. Questo ha permesso al giornale di essere una costante tra i lettori veronesi. Inoltre, la lunga tradizione tipografica che attraversa la storia di Verona, con la presenza di importanti editori come Mondadori, ha permesso al giornale di accedere tempestivamente alle innovazioni che attraversavano il mondo dell'editoria.

Oggi il quotidiano continua a mantenere sette uscite settimanali, con una tiratura media di cinquantamila copie al giorno, stampato in *full color* e con una foliazione di quarantotto pagine. Il giornale è suddiviso in sezioni a partire dalla cronaca nazionale ed estera per poi scendere a livello regionale, comunale e provinciale la sezione di economia, sport e cultura. Dal 2001, riscontra un particolare successo la rubrica dal titolo "La posta della Olga", curata da una delle firme storiche del quotidiano, Silvino Gonzato, giornalista, scrittore e saggista, autore, tra gli altri, di *Venezia Libertina*. La rubrica è simbolo di quel rapporto di familiarità che caratterizza la relazione tra *L'Arena* e i suoi lettori.

L'avvento di Internet e dell'informazione *online* non sembra aver creato modelli di offerta in grado di minacciare le quote di mercato detenute dal quotidiano, che si è trovato nelle condizioni di sostenere con un certo ritardo gli investimenti sul piano della digitalizzazione dell'offerta informativa e dell'integrazione multimediale delle redazioni delle testate che fanno riferimento alla società editrice. Con il nuovo sito web una ristrutturazione del precedente sito inaugurato nell'ottobre 2015, *L'Arena* entra a pieno titolo nell'era multimediale con una redazione dedicata a web e social media, producendo contenuti specifici per Internet, valorizzando il rapporto osmotico che l'editore ha inteso incentivare negli anni recenti tra i diversi strumenti di cui disponeva.

■ Una palestra per giovani giornalisti

L'Arena è stata negli anni un'importante e necessario punto di passaggio per numerose firme di carattere nazionale. Tra gli altri, dal quotidiano veronese è partito infatti Giulio Nascimbeni, assunto nel 1958 dopo aver collaborato fin da giovanissimo alla realizzazione della terza pagina, dedicata all'epoca e alla cultura. Dopo essere stato per un periodo anche direttore de *Il Nuovo Adige*, passò al *Corriere della Sera*, dove lavorò per cinquant'anni. Stessa sorte per Silvio Bertoldi, che diresse i settimanali «Epoca» e «La Domenica del Corriere». *La Stampa* di Torino è stata invece la destinazione di Stefano Reggiani, noto critico cinematografico, scomparso nel 1989.

Scheda

BresciaOggi

di Angelo Rovetta

Ex docente

Età: è un quotidiano nato nel 1974, ha dunque quarantadue anni di vita.

■ Il contesto storico culturale in cui è nato.

I primi anni Settanta del secolo scorso erano caratterizzati da fermenti sociali e da spinte al cambiamento: contrariamente a oggi, sia la società italiana, sia le altre società europee erano formate in prevalenza da giovani, nati nell'immediato dopoguerra e negli anni del *boom* economico (anni Cinquanta e Sessanta). È in quegli anni che i giovani attuano, nel vivere, nello studiare e nel lavorare, la "rivoluzione del Sessantotto": libertà nei costumi e nei comportamenti, spregiudicatezza e creatività, esercizio diffuso di critica, pretesa di partecipazione diretta alle scelte in tutti gli ambiti in cui la società è organizzata (dalla famiglia all'azienda, alla scuola, alla politica). Naturalmente, anche nel mondo del giornalismo le istanze di libertà di espressione e di controllo critico delle scelte politiche si fanno pressanti e si impongono con forza, rompendo liturgie, equilibri, controlli formali ed economici, monopoli che caratterizzavano il giornalismo, il "quarto potere" (insieme a potere esecutivo, legislativo e giudiziario) così necessario per una vita sociale e politica partecipata e democratica.

■ Pluralismo dell'informazione a Brescia

Perciò a Brescia, in cui era evidente il monopolio dell'informazione da parte dello storico *Giornale di Brescia*, un gruppo di giornalisti e tipografi, "fuorusciti" dal *Giornale di Brescia*, danno vita a un nuovo foglio: *BresciaOggi*. Bruno Marini, ispiratore, Giannetto Valzelli, primo direttore, Renato Borsoni, grafico, e altri diciotto giornalisti trovano in alcuni imprenditori locali i finanziatori per costituire una società che riesce ad avviare il quotidiano, malgrado le difficoltà e gli ostacoli messi in campo dal *Giornale di Brescia* (soprattutto non favorendo la distribuzione del foglio sul territorio provinciale).

Sono anni di passione sociale e politica, soprattutto quando, ritirati i finanziatori dopo un anno circa, giornalisti e poligrafici costituiscono una cooperativa e "autogestiscono" il quotidiano, garantendo l'uscita quotidiana e anche la distribuzione sul tutto il territorio della provincia di Brescia. Dal 1976 al 1990 *BresciaOggi* gode di una diretta gestione di chi ci lavora. Negli anni Ottanta il giornale contribuisce alla nascita e allo sviluppo di *Bergamo Oggi*.

Il clima sociale e politico è cambiato e, anche a causa delle difficoltà economiche dovute, tra l'altro, al ritardo dei contributi statali previsti dalla legge sull'editoria, per evitare di dover chiudere, il quotidiano si trasforma da cooperativa in Edizioni Brescia spa ed entra a far parte del gruppo editoriale Athesis che già edita l'*Arena*, quotidiano veronese, e il *Giornale di Vicenza*. Dal 1994 a oggi il giornale è diretto da Maurizio Cattaneo.

Mentre tutta l'informazione a stampa, in questi ventidue anni (1994 – 2016), subisce la concorrenza della Rete, e si riduce il numero di lettori e di copie vendute, si assiste a un costante aumento delle vendite di *BresciaOggi*, sino a giungere all'attuale tiratura di ventimila copie quotidiane, con delle punte soprattutto il lunedì. La cura dell'informazione locale con la puntuale cronaca degli avvenimenti sportivi, in particolare dei tornei di calcio, è uno dei motivi che garantiscono lettori fedeli. Si tratta di notizie di interesse strettamente locale che coinvolgono, da protagonisti e da partecipanti, gruppi sportivi, piccole comunità, paesi vicini di valle e di pianura che non trovano altrove né riscontro, né attenzione.

In questo modo *BresciaOggi* è, tra i giornali locali, quello che “vende di più”, anche in questi periodi di riduzione dei lettori di carta stampata. Ciò non ha impedito alla redazione di avviare anche una edizione *on line* (www.bresciaoggi.it) che accompagna puntualmente l'edizione quotidiana in edicola.

Questo fatto ci permette di ricordare che da sempre *Bresciaoggi* è stato pronto a utilizzare le innovazioni tecnologiche. Sin dall'inizio, nel 1974, non si usarono più i caratteri in piombo, ma le innovative, per quel tempo, fotocompositrici: “strisciate” con su l'articolo da incollare nel menabò di stampa per produrre prima una pellicola e poi una lastra pronta per la stampa in *offset*.

L'analisi della costruzione del giornale e della rilevanza e collocazione delle notizie – sia realizzata con tutta la classe, sia per piccoli gruppi – permette di sviluppare una conoscenza critica di come vengono costruite e distribuite le notizie nella “narrazione” degli avvenimenti provinciali dei giorni precedenti l'edizione quotidiana.

In questo modo si può avviare, con gli studenti, una cernita e una scelta di temi, argomenti, eventi (e dei relativi articoli) da analizzare.

Le procedure di scelta possono seguire (individualmente o in gruppo) la classica sequenza delle cinque W: Chi legge? Come legge? Cosa legge? Quando legge? Perché legge?

Inoltre: chi sono i giornalisti che compongono la redazione? Chi i corrispondenti locali? Qualche alunno ne conosce qualcuno personalmente? Come si fa a collaborare a un quotidiano locale, basta telefonare o inviare una e-mail?

In questo modo l'analisi di un articolo permette di evidenziare la contestualizzazione in cui si pone nel giornale e nel momento in cui viene letto, lo stile di scrittura, le diverse reazioni degli allievi-lettori (il testo visto dall'autore e visto dalla parte del lettore).

Successivamente si può passare a operare una serie di “confronti”:

a) ricerca “storica” su raccolte di giornali o semplicemente su articoli di qualche mese o anno fa (cercare in casa e in soffitta qualche vecchio quotidiano o andare in biblioteca e consultare le raccolte di giornali);

b) comparazione su come la stessa notizia, nello stesso giorno, è stata trattata da altri quotidiani, anche quelli a diffusione nazionale se hanno pagine locali;

c) associare la lettura dell'articolo a una ricerca su Internet, sui *social*, costruire una piccola rete tra amici e parenti e conoscenti con cui commentare l'evento locale che riguarda il nostro Paese e che è stato registrato sul quotidiano locale;

d) scrivere la stessa notizia (anche noi “facciamo i giornalisti”), sia su carta, sia sui *social*: osservare come il mezzo influenza il trattamento narrativo (il raccontare) dello stesso evento.

Scheda

Il Giornale di Vicenza

di Roberto Fini

Professore a contratto del Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università di Verona, Polo di Vicenza

Niente sostituisce la lettura dei giornali, perché proprio la concorrenza di altri media (radio, tv, Internet) ha costretto le redazioni a cambiare pelle: leggete i giornali non solo per informarvi su quello che è successo, ma soprattutto per sapere perché è successo, per andare oltre la notizia.

Il giornale è una straordinaria testimonianza di storia: il fatto stesso che lo possiate toccare, sfogliare, che possiate ricercare vecchi numeri per rincorrere la storia lo rende insostituibile. I media elettronici sono virtuali e legati al “qui e ora”, mentre i quotidiani sono reali, le pagine raccontano la storia del mondo, di un Paese, di un territorio. E delle persone che vi abitano.

Inoltre i giornali sono lo specchio della realtà che raccontano, e leggerli significa compiere un tuffo in profondità, verificare come si è evoluto un territorio, i suoi valori, il suo tessuto più nascosto. Tanto più questo è vero nel caso del giornalismo locale. In questo caso il territorio di riferimento non è il mondo, probabilmente neppure il Paese nel suo insieme, ma un'area più ristretta e vicina al lettore: la provincia, appunto, o la regione.

La biografia dei grandi giornalisti quasi sempre testimonia di una scalata partita dal giornalismo locale. *Il Giornale di Vicenza* è un esempio di giornale che ha coniugato la profonda attenzione alle piccole e grandi storie locali in un contesto nazionale e internazionale in costante mutamento. Ha esattamente la stessa età della Repubblica Italiana: nasce nello stesso anno, il 1946, in cui i costituenti mettevano mano alla costruzione dell'Italia contemporanea. Oggi diamo per scontato molto di quello che allora non lo era: la forma repubblicana dello stato italiano, per esempio, che fu il frutto del referendum istituzionale del 2 giugno 1946. Ma anche il modo con il quale verranno disegnate le istituzioni democratiche all'indomani del fascismo e della tragica esperienza della guerra.

La guerra non era ancora finita sul fronte del Pacifico quando *Il Giornale di Vicenza* inizia le sue pubblicazioni, sotto la direzione di Renato Ghiotto. Ghiotto è uomo della Resistenza: giovanissimo, è membro del CLN ed è ben conosciuto negli ambienti politici. Resta alla direzione del giornale per cinque anni, fino al 1950, ma la sua impronta resterà a lungo nella redazione: è uomo autorevole e ascoltato, ma i suoi colleghi testimoniano come non lo si sia mai visto alzare la voce. Eppure erano anni duri: basti pensare al già citato referendum monarchia-repubblica, alle elezioni del 18 aprile del 1948, all'attentato a Togliatti.

Insieme al giornale, Vicenza rinasce dalle distruzioni della guerra e dalle divisioni della guerra civile: nel febbraio del 1946 viene insediato il primo sindaco dopo il fascismo. Il simbolo di Vicenza è la basilica Palladiana: benché il nome faccia pensare a una chiesa, in realtà fu concepita e costruita con scopi “laici”. I bombardamenti sulla città ne avevano distrutto la singolare cupola a “carena rovesciata”. Passano solo due anni da quei tragici bombardamenti e, nel giugno del 1947, «la grande carena ritorna sulla Basilica scoperciata», come titola con giustificato orgoglio *Il Giornale di Vicenza*. Poi c'è il Lanerossi Vicenza, la locale squadra di calcio, che arriva quinta nel campionato di serie A e sembra promettere agli sportivi

vicentini grandi soddisfazioni.

Nel 1949 arriva il decreto del Sant'ufficio vaticano che scomunica i cattolici comunisti. Chi si dichiara cattolico non può al tempo stesso iscriversi, fare propaganda o simpatizzare per i partiti di sinistra, segnatamente il Pci. È il segno dei tempi naturalmente: la guerra fredda stava spazzando via le "vecchie" alleanze che avevano permesso di sconfiggere il nazifascismo e già da tempo in Italia era finita l'epoca dei governi in cui convivevano comunisti, socialisti e democristiani.

Il Giornale di Vicenza, pur con una moderazione che è la cifra stilistica di Ghiotto, dà notizia dell'annunciata scomunica: il tono è asciutto, la città ha radicate tradizioni cattoliche e non se ne può prescindere. Sono gli anni in cui la guerra fredda, quella ben più sanguinosa di Corea che scoppia nel 1950, e più in generale la radicalizzazione delle tensioni su scala planetaria, costringono tutti a schierarsi. Anche *Il Giornale di Vicenza* deve farlo: i tre anni della guerra di Corea sono raccontati in modo puntiglioso dal quotidiano che sin da subito sposa le ragioni dell'intervento americano sul suolo coreano.

Nell'agosto del 1954, una spedizione alpinistica italiana conquista la seconda vetta più alta al mondo, il K2 (8.612 mt). L'orgoglio per la conquista nazionale si fonde con quello locale: tra gli alpinisti della spedizione c'è anche un vicentino, Gino Soldà, alpinista ben conosciuto e apprezzato oltre i confini nazionali. *Il Giornale di Vicenza*, di una provincia che vanta anche tradizioni montanare di grande rilievo, non può che dare la notizia con grande enfasi. La prima pagina del 6 agosto del 1954 riporta in grande: «Il tricolore sventola sulla seconda vetta del mondo». Poco più sotto un altro titolo: «Splendida pagina nella storia gloriosa del nostro alpinismo», con gli obbligati riferimenti a Soldà e alla sua "vicentinità".

Già: la "vicentinità". È inevitabile che un giornale con un bacino di lettori concentrato su un territorio provinciale privilegi nelle sue pagine quanto accade in quel territorio: i lettori vogliono conoscere la cronaca locale, quello che succede appena fuori della loro porta di casa; ma il giornalismo "di provincia" italiano raramente è anche "provinciale". Anzi, lo spazio che viene dato a quanto accade al di fuori del territorio di riferimento è abbondante: le pagine che esulano dalla cronaca locale sono ricche e utili. C'è ovviamente la prima pagina, nella quale compaiono notizie di respiro nazionale o internazionale insieme a rilevanti aspetti di cronaca locale. Poi ci sono le pagine dedicate al Veneto e al Nord-est, ricche di approfondimenti specie in relazione alla situazione economica. Un'evoluzione avvenuta attraverso la crescita delle redazioni, l'avvicinarsi dei direttori che hanno modificato l'impianto del giornale adeguandolo ai tempi che cambiavano: dopo Renato Ghiotto si sono succeduti Giuseppe Brugnoli, Sergio Gervasutti, Gilberto Formenti, Mino Allione, Luigi Bacialli, Gigi Riva, Giulio Antonacci, per arrivare alla guida di Ario Gervasutti, direttore sino a settembre 2016. Dal 1958 il giornale è entrato a far parte del Gruppo Editoriale Athesis, che edita tra l'altro anche i quotidiani *L'Arena di Verona* e *Bresciaoggi*. Nel corso degli anni si è rafforzato il radicamento territoriale con l'apertura delle redazioni di Bassano, Schio, Thiene, Valdagno e Arzignano. Dal 2007 *Il Giornale di Vicenza* è stampato in *full color* e ha adottato il formato *tabloid*. Nel 2008 si è trasferito nella moderna sede della zona ovest di Vicenza.

Le tecnologie e in particolare l'avvento del digitale hanno portato, com'è ovvio, grandi trasformazioni nella realizzazione del quotidiano. Alle duecentoventimila persone che ogni giorno leggono le pagine del quotidiano di carta, oggi si aggiungono le sessantamila che si aggiornano in tempo reale grazie al sito Internet www.ilgiornaledivicenza.it, e le oltre centomila che curiosano grazie alla pagina Facebook. Il giornale quindi oggi è sempre più una centrale di produzione di informazioni, che

vengono distribuite su diverse piattaforme e con diversi contenuti. Ma sempre con una costante: l'attenzione alla precisione delle informazioni e alla credibilità delle stesse. È questa una caratteristica imprescindibile per i giornali locali: raccontare un fatto lontano migliaia di chilometri è più facile che raccontarne uno a chi magari lo ha vissuto in prima persona. Il minimo dettaglio può essere contestato o smentito, e l'affidabilità ne risulterebbe compromessa. Ecco perché non solo ai trentacinque giornalisti professionisti, ma anche al centinaio di pubblicisti che realizzano i notiziari, vengono richiesti equilibrio, precisione, equidistanza, indipendenza. Regole che non sempre sono note a chi legge, ma il consenso che continua a mantenere *Il Giornale di Vicenza* confermano che l'impegno in tal senso viene giornalmente riconosciuto. Ciò anche grazie al fatto che, se Internet ha reso di facile accesso l'informazione che riguarda notizie nazionali o internazionali, le informazioni locali affidabili e certificate sono appannaggio esclusivo del quotidiano leader assoluto nella provincia.

Nella storia del Veneto, così come raccontata da *Il Giornale di Vicenza*, il lettore attento potrà rintracciare quel passaggio non privo di scossoni e di traumi che porteranno a quello che negli anni è stato definito come il Nord-Est. La crisi di quest'ultimo decennio ha colpito duramente il tessuto industriale che era stato costruito a partire dagli anni Sessanta e che aveva profondamente trasformato il paesaggio economico veneto e vicentino. Sia le difficoltà che gli esempi positivi e virtuosi, i fallimenti come l'ostinata resistenza degli imprenditori, gli insuccessi come l'inventività, sono presenti nelle cronache de *Il Giornale di Vicenza*. Oggi il giornale racconta di quello che è successo a questo tessuto economico: facendolo con dovizia di particolari e con obiettività rende un servizio inestimabile a quel territorio e a chi lo abita.

Scheda

Gazzetta del Sud

di Luca Pucci

Insegnante di italiano, latino e greco e dottore di ricerca in Filologia Classica

La *Gazzetta del Sud* è un quotidiano diffuso in Sicilia orientale e Calabria con sede a Messina, fondato nel 1952 ed edito dalla Società Editrice Sud. Attualmente, per importanza e diffusione, è il terzo quotidiano in Sicilia e il primo in Calabria, con un tiratura di circa 36.000 copie. Stando all'ADS (Accertamento Diffusione Stampa), nel mese di marzo 2016 il quotidiano ha raggiunto un totale di diffusione cartacea e digitale pari a 25.680 copie. Quest'ultima è legata maggiormente alla Calabria con una percentuale del 60%.

Il giornale viene pubblicato quotidianamente in quattro edizioni e conta ben sette redazioni: Messina, Reggio Calabria, Cosenza, Catanzaro-Crotone-Lamezia-Vibo. Ha due supplementi settimanali: *Noi Magazine*, giornale dedicato alle scuole calabresi e siciliane, e *Gazzetta Avvisi*, dove si possono visualizzare annunci su compravendita di oggetti, immobili, proposte di lavoro, servizi e motori. La testata è in vendita in tutte le edicole della Sicilia e della Calabria.

Dal 2006 il quotidiano è stato modificato nella sua impostazione grafica e impaginazione, esce a colori e in formato 35x50. È anche *online* sul sito www.gazzettadelsud.it, dove si possono consultare le notizie dell'ultima ora di attualità, di sport, di cultura e spettacolo e la cronaca divisa per località. Non mancano le pagine su Facebook e Twitter, che insieme al sito costituiscono strumenti di sempre maggiore consultazione per il pubblico, soprattutto più giovane.

Dal 2012 direttore responsabile è Alessandro Notarstefano, mentre il direttore editoriale è Lino Morgante, entrambi cresciuti professionalmente nel quotidiano. L'attuale direttore responsabile sostituisce Nino Calarco, che ha tenuto le redini del giornale quasi ininterrottamente dal 1968 al 2012.

Il quotidiano è stato fondato dal cavaliere del lavoro Uberto Bonino (La Spezia, 1901-Messina 1988), uomo politicamente protagonista a più riprese nella storia del secolo scorso: deputato all'Assemblea costituente (1946), più volte eletto in Parlamento. Nel dicembre 1972, insieme alla moglie, Maria Sofia Pulejo, appartenente a una delle famiglie più importanti di Messina, ha dato vita a una fondazione con l'obiettivo di aiutare giovani neolaureati delle università della Sicilia e della Calabria.

L'anno della fondazione è particolarmente significativo: viene installata la prima cabina telefonica a Milano in piazza San Babila; la RAI inizia, ancora in fase sperimentale, le sue trasmissioni televisive; il Santo Ufficio decreta la messa all'Indice dei libri proibiti di tutte le opere di Alberto Moravia e rivolge un invito alle autorità italiane «perché non permettano la pubblicazione e la divulgazione di simili scritti»; esce al cinema «Mezzogiorno di fuoco»; viene dato il premio Nobel per la pace a Albert Schweitzer; l'Urss, con altri quattordici Paesi, pone il veto all'ingresso dell'Italia tra i paesi membri dell'ONU. La testata nasce con il chiaro intento di raccogliere la voce della gente di Sicilia e Calabria e di innestarla nel grande coro nazionale, nonché di rompere la mortificante noncuranza dei governi rispetto alle aspettative del Mezzogiorno. Negli ambienti editoriali e giornalistici del centro-nord veniva definito per questo «giornale ponte».

Il quotidiano è stato diretto da Gino Bruti, poi da Michele Torre e quindi, dal 1954 al 1962, da Orsino Orsini, giornalista e numismatico italiano, ex fascista che negli anni Trenta aveva già diretto *La Prealpina* della provincia di Varese, l'omonima *La Gazzetta di Messina* e il *Notiziario fascista della Sicilia e della Calabria*, e che avrebbe lavorato in seguito all'ufficio stampa del Partito nazionale monarchico. Dopo il mandato di Sergio Pacini (1962-1968), Nino Calarco guida la testata dal 1968 al 2012, eccezion fatta per il periodo 1979/1983, in cui è stato senatore della Repubblica eletto all'interno della Democrazia cristiana. Personaggio chiave del giornale, Calarco è profondamente integrato nella storia della Calabria e della Sicilia, come mostra il suo attivismo per la costruzione, ancora oggi mancata, del ponte sullo Stretto. Nel 1987 è, infatti, nominato presidente (rinunciando a qualunque emolumento) della società pubblica Stretto di Messina SpA, dove resta fino al 2002.

La testata, sin dalle sue origini, cavalca l'onda che coinvolge l'Italia del secondo dopoguerra nei sistemi di comunicazione, mostrando sin da subito un orientamento moderato-liberale. Ha riconosciuto in più occasioni l'intenzione di aver operato con un atteggiamento ecumenico, capace di accogliere le istanze di tutti rispetto a questioni variegate per importanza e per riflesso sociale.

I suoi fondatori hanno pensato il quotidiano come primo giornale completo nell'informazione, che desse conto di quanto accaduto in Italia e all'estero, tenendo ben presente la richiesta oggettiva di informazione locale. La formula di presentazione è abbastanza uguale nel tempo: la *Gazzetta* apre la prima pagina con l'informazione nazionale, internazionale, ma bada bene a tener in bella evidenza la cronaca locale.

Il quotidiano rappresenta un punto di riferimento canonico per i lettori, sia per l'informazione locale che per quella nazionale. La fiducia riposta in esso è testimoniata dal numero di copie vendute e dall'aumento negli ultimi anni della percentuale di lettori anche tra le generazioni più giovani. L'impegno giornaliero nel mantenere costante e vivo "il ponte" tra la realtà locale e quella nazionale lo rende uno strumento significativamente operativo nella diffusione della cultura del Mezzogiorno e nella proiezione di quest'ultimo in uno scenario italiano ed europeo.

Scheda

Facilitare il lavoro di confronto delle notizie da analizzare in classe, avendo a disposizione un giornale nazionale e uno locale

di Piero Cattaneo

Docente a contratto presso Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e Piacenza e Coordinatore didattico dei licei presso l'Istituto Sociale di Torino

Questa scheda didattica si basa sul presupposto che, in una classe, gli allievi e gli insegnanti abbiano a disposizione un giornale quotidiano nazionale e uno locale.

Questa è sicuramente una buona opportunità per permettere agli allievi di:

- verificare quanto le informazioni riportate sui giornali nazionali vengono riprese da quelli locali, in quali forme e modalità, con quel rilievo o meno, con quali valutazioni da parte del giornalista circa gli effetti delle informazioni sul contesto socio-economico, politico e culturale locale.

In pratica con quale “punto di vista” vengono riportate le informazioni dei giornali nazionali su quelli locali. Inoltre:

- verificare quanto delle informazioni, che i giornali locali pubblicano con specifico riferimento al contesto locale, vengono riprese e pubblicate su quelli nazionali. Anche in questo caso sarà interessante valutare le forme e le modalità.

Questo confronto tra le due tipologie di giornali, rispetto alla territorialità, permette sicuramente ai ragazzi di cogliere i criteri con cui i giornali vengono “organizzati” in relazione alle tipologie dei lettori.

In particolare il lettore che acquista un giornale locale ricerca prevalentemente le informazioni che riguardano il proprio territorio di riferimento. Inoltre diventa naturale per il lettore di un giornale locale cercare di cogliere e di comprendere bene le ricadute che informazioni di rilevanza nazionale possono avere sul territorio.

Ed ecco allora che la disponibilità in classe di due giornali, uno nazionale e l'altro locale, può diventare l'occasione per:

- cogliere analogie e/o differenze circa gli articoli e i relativi contesti;
- interpretare i presupposti culturali, le posizioni politiche, le scelte di parte che possono essere adottate dai vari giornalisti autori degli articoli considerati;
- valutare le “reazioni” dei fatti (a partire dai ragazzi stessi) circa la ripresa o meno di articoli su argomenti comuni sui due giornali;
- esprimere le considerazioni che i ragazzi si sentono di fare sulle scelte operate dai due giornali o sui fenomeni che risultano presi in esame da uno solo dei due giornali e completamente ignorati dalle altre testate;
- fare un confronto sullo stile utilizzato, sugli aspetti grafici, sulle fotografie e/o illustrazioni riportate sui due giornali, sulle tipologie di articoli (es. più articoli di cronaca sui giornali locali; più inchieste e/o reportage su quelli nazionali);
- fare un sondaggio in classe per verificare se i ragazzi stessi o le loro famiglie leggono più frequentemente giornali locali e/o nazionali.

Anche in questo caso la storia e l'attendibilità del giornale locale sono elementi che incidono sulla scelta del lettore.

Gli “incidenti di percorso”, a livello di errori compiuti nelle pubblicazioni di notizie o informazioni riguardanti il contesto territoriale, possono sempre capitare, ma la frequenza di tali errori ovviamente incide sull’attendibilità del giornale stesso.

Una riflessione su questi aspetti certamente aiuta gli allievi ad assumere un atteggiamento critico verso la pubblicazione considerata e può stimolare anche la presa di posizione dei lettori verso un atteggiamento professionale poco attendibile, aiutando il giornale e la sua redazione a una maggiore attenzione verso le informazioni offerte.

Parte II

“Young Factor” e la sfida dell’alfabetizzazione economico finanziaria

Informarsi, analizzare, comprendere. Solo la conoscenza e un'elaborazione autonoma della stessa possono renderci liberi e indipendenti, in ogni settore della nostra esistenza e in ogni aspetto della nostra partecipazione alla società che ci circonda. E questo diventa particolarmente vero e significativo quando ci si confronta con i mondi dell'economia e della finanza: spesso negletti dai percorsi formativi tradizionali, eppure così determinanti per il nostro presente e la costruzione del nostro futuro. Soprattutto quando il presente ha tinte fosche e dal futuro ci dicono arrivare altri presagi di tempesta: è in momenti come questi che è fondamentale saper governare la barca, tenere il timone con mano salda, conoscere alla perfezione le carte nautiche, individuare ed evitare scogli e secche per approdare sani e salvi in porto.

Non è un mistero che le giovani generazioni si trovino in una situazione di svantaggio, nei confronti degli altri Paesi europei, per quanto riguarda il livello di alfabetizzazione economico-finanziaria. Gli studenti italiani subiscono, in questo settore, un ritardo formativo che li rende meno competitivi dei loro coetanei nel resto del continente (e in molti altri Paesi del pianeta). Per questo motivo, e nel quadro di un'educazione alla lettura critica che aiuti i giovani a pensare con la propria testa, l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori ha deciso di realizzare un percorso volto a colmare questa lacuna e a rendere i giovani partecipanti più informati e responsabili in campo economico.

"Young Factor" è un progetto che vede quest'anno la sua terza edizione. Promosso insieme a tre compagni di viaggio, Intesa Sanpaolo, Banca Monte dei Paschi di Siena e UniCredit, ha come obiettivo quello di strutturare un percorso che consenta ai ragazzi di sviluppare al meglio i propri strumenti economico-finanziari e di fare scelte migliori per il proprio futuro. Non solo: aumentando la consapevolezza e la conoscenza in questi settori, si colma quel divario competitivo che rischia di penalizzare i nostri giovani, pronti al grande salto dal mondo della scuola a quello del lavoro.

Dieci parole chiave, trenta video lezioni, materiale didattico rinnovato, incontri sul territorio e un *call center* dedicato per i docenti per rispondere a quesiti e perplessità. Un progetto a tutto tondo, una grande sfida che studenti e docenti affronteranno insieme, sostenuti da un *team* d'eccezione. Un percorso complesso e stimolante, in cui ancora una volta i quotidiani e i media giocheranno un ruolo fondamentale. Per allargare sempre di più gli orizzonti degli italiani di domani, e dare slancio al futuro del Paese e di chi vorrà contribuire a costruirlo.

Il ruolo cruciale di un'informazione corretta per la comprensione delle politiche finanziarie

di Jens Weidmann

Governatore della Deutsche Bundesbank

Da governatore della Bundesbank, che è il corrispettivo tedesco della Banca d'Italia, ritengo che i progetti di alfabetizzazione economico-finanziaria – come “Young Factor”, l’iniziativa portata avanti dall’Osservatorio Permanente Giovani-Editori con il sostegno di Intesa Sanpaolo, Monte dei Paschi di Siena e UniCredit – siano estremamente importanti. Per l’attività di una banca centrale, la comprensione dei fatti economici da parte dei cittadini è fondamentale. È necessario che la popolazione capisca che cosa facciamo, che si fidi della nostra azione.

Per questo la Bundesbank stessa investe molto nell’alfabetizzazione economica e finanziaria. A Francoforte, dove si trova la nostra sede, abbiamo il Geldmuseum, il Museo della Moneta (temporaneamente chiuso per lavori di rinnovamento, *ndr*). Organizziamo eventi per insegnanti e studenti, perché crediamo che la conoscenza delle correlazioni economiche sia decisamente centrale nella vita di ciascuno di noi, e ci coinvolga personalmente nella nostra quotidianità. Come posso finanziare l’acquisto del mio motorino? Come mi prendo cura della mia sicurezza economica per quando sarò vecchio? Queste sono tutte domande che richiedono una decisione economica. In ogni aspetto della nostra vita sociale, ci sono decisioni politico-economiche da prendere. E noi dobbiamo essere in grado di distinguere quello che è giusto da quello che è sbagliato, per poter progredire nel nostro percorso.

La discussione con gli studenti è, in questo senso, estremamente importante. Di quando in quando invito personalmente le classi a farmi visita a Francoforte, coinvolgendo scuole di tutta la Germania. Lo faccio perché sono convinto che abbiamo bisogno di un popolo che ci comprenda, che sappia quello che facciamo, e che si ponga in modo critico nei nostri confronti.

Il nostro compito è di fare politica monetaria. Cerchiamo di farlo al meglio, con gli strumenti che abbiamo a nostra disposizione, e che in seguito alla crisi si sono per così dire potenziati. Il primo obiettivo, naturalmente, è quello di raggiungere una

stabilità nei prezzi. Questo significa preoccuparsi del fatto che con il denaro che abbiamo oggi sia possibile, domani, continuare a comprare le stesse cose che possiamo acquistare ora. Abbiamo ovviamente – come la Banca d'Italia e tutte le altre banche centrali – anche una serie di altre incombenze, che ci legano ancora di più alla vita di chi legge queste righe: *in primis*, la responsabilità di garantire una stabilità finanziaria e dell'intero sistema.

La crisi, oggi, ci ha portato in un territorio sconosciuto. Ed è ovvio che – fermo restando l'obiettivo comune di un euro stabile – questa incertezza ha coinvolto tutti i soggetti che hanno un ruolo da gestire nel prevenire un'ulteriore aggravarsi della situazione: la Bundesbank, la Banca d'Italia e tutte le banche centrali, senza dimenticare, ovviamente, la Banca Centrale Europea di Mario Draghi. Ci sono state e ci sono tuttora, tra noi, discussioni spesso animate, intense, quasi emozionali, che a volte sulla stampa vengono riferite in modo particolarmente drammatico. Ma è importante ricordare che come tutti, anche noi ci sentiamo incerti e insicuri nel momento in cui facciamo il nostro ingresso in situazioni che non conosciamo. Ci troviamo a prendere rischi molto significativi, anche dal punto di vista politico, e gli strumenti che abbiamo a disposizione possono essere controversi. Per questo motivo le discussioni degli ultimi anni sono state molto animate, ma quelle che ne sono uscite sono state decisioni utili e importanti.

Le banche centrali hanno avuto, nel contesto della crisi, un ruolo che va oltre quello che rivestono in tempi normali. I loro vertici vengono trattati, oggi, quasi come delle *rockstar*. Ma non è detto che sia più semplice comprendere che cosa fanno, i motivi delle loro decisioni. Per questo è importante conoscere bene l'argomento, approfondire i temi trattati. Bisogna essere in grado di rispondere a domande cruciali: quanto in là può spingersi una banca centrale? Quale è il suo ruolo, e qual è il ruolo della politica nel contesto della crisi? In molti, oggi, hanno iniziato a interrogarsi sui valori di fondo del sistema. E quello che le banche stanno sperimentando con i propri clienti – la messa in dubbio di alcune certezze, la mancanza di fiducia – è, in buona sostanza, l'espressione di queste domande. Quello che dobbiamo fare, tutti insieme, è lavorare per trovare delle risposte.

Il ruolo centrale dell'alfabetizzazione economico finanziaria nel processo di crescita economica di un Paese

di Klaas Knot
Presidente della Nederlandsche Bank

Ritengo che l'alfabetizzazione economica finanziaria sia assolutamente cruciale nella nostra vita, e che lo sia già a partire da un'età relativamente giovane, quando si inizia a comprendere l'enorme portata delle implicazioni che hanno alcune delle decisioni finanziarie che si possono prendere durante la propria esistenza. Per questo motivo è necessario scegliere in maniera ponderata e corretta e, in questo senso, è necessario prima di ogni altra cosa conoscere e capire noi stessi.

Quello che mi preme dire è che una migliore cultura, e in ultima istanza migliori abitudini in ambito economico-finanziario, siano una questione legata certamente a un approccio educativo specifico da parte del cliente, ma anche a una regolamentazione più accurata da parte delle banche stesse nel definire quali prodotti siano adatti al singolo cliente e quali no.

In sintesi, una banca non dovrebbe mai vendervi un mutuo se ha coscienza del fatto che non rientra nelle vostre possibilità finanziarie. Questo potrebbe sembrare un principio molto semplice e basilare, ma per comprendere come non sia così basta andare indietro nel tempo di sette o otto anni, quando scoppiò l'attuale crisi finanziaria. Bene, uno dei fattori scatenanti – come tutti sappiamo – fu la crisi dei mutui *subprime* negli Stati Uniti, dove di fatto le banche avevano venduto ai loro clienti prodotti finanziari che sapevano non sarebbero mai stati in grado di ripagare.

Perciò non c'è alcun dubbio che l'alfabetizzazione economico finanziaria, il fatto stesso che possiamo essere educati a comprendere da soli le implicazioni delle nostre decisioni in questo campo, è molto importante. Personalmente ritengo che dovrebbe partire dall'età in cui ci troviamo a gestire per la prima volta un nostro piccolo *budget*. Anche quando si tratta soltanto, ad esempio, dei soldi che ci vengono dati dai nostri genitori per comprare piccole cose, giocattoli, gelati. Questa abitudine diventerà poi ancor più rilevante in altre fasi della nostra vita: quando ci ritroviamo a dover acquistare la nostra prima auto, la nostra prima casa... oppure quando iniziamo a riflettere

sulla nostra pensione. All'età dei giovani che aderiscono al progetto de "Il Quotidiano in Classe" questo sembra ancora un problema lontanissimo, ma arriva un momento in cui è bene iniziare a pensarci, così come è necessario valutare quando risparmiare, quando prendere in prestito del capitale.

Non si tratta semplicemente di un miglioramento nella gestione della propria vita e di quella di chi ci sta intorno. Sono convinto, al contrario, che se si dovesse attuare un miglioramento nella gestione individuale delle proprie abitudini finanziarie, questo avrebbe un impatto molto più vasto. Sarebbe una fonte assai rilevante di stabilità finanziaria, che a sua volta crea le circostanze per una crescita economica sostenibile – vale a dire, non costruita su bolle finanziarie e comportamenti a rischio, ma al contrario su parametri strutturali, crescita di produttività, un mercato fiorente e un clima positivo per gli investimenti. In breve, quel tipo di riforme che noi, come banca centrale, richiediamo costantemente ai governi – un tema molto sentito, anche e soprattutto in Italia.

La crisi finanziaria ha causato moltissimi danni, misurabili non solo in termini strettamente economici. Un danno enorme riguarda quello che definirei la fiducia reciproca. Lo possiamo vedere nelle dinamiche dei pregiudizi all'interno della stessa Europa: le idee preconcrete su Nord e Sud, e il modo in cui queste influenzano le nostre percezioni reciproche, sono create in parte dalla mancanza di una fiducia sufficiente. Io credo che ogni forma di cooperazione economica, a prescindere da quante regole e leggi si possano stilare e implementare, inizi con la fiducia. Su una scala più ridotta, nella nostra vita quotidiana siamo portati a fare affari con qualcuno che stipuli un contratto con noi, ma esiste anche un contratto non scritto, che è la fiducia reciproca. Senza di quella, nessun tipo di rapporto è possibile. Perciò oggi il nostro obiettivo primario è ricostruire questa fiducia. Ed è un obiettivo da applicare anche nel mercato del lavoro. La disoccupazione giovanile è senza dubbio uno dei problemi più urgenti, e per questo abbiamo bisogno di attuare riforme strutturali. Bisogna agire sulla qualità dell'educazione, non soltanto per i giovani: l'educazione deve diventare permanente, un aspetto intrinseco dell'essere inseriti nel mercato del lavoro. E deve esserci flessibilità, in modo da risolvere più rapidamente la mancanza di corrispondenza tra domanda e offerta. Servono riforme, non limitate al mondo del lavoro. È serve fiducia negli organismi preposti ad attuarle.

Il principio di una ricerca: la pluralità digitale delle informazioni e lo sviluppo di un pensiero critico

di Ignazio Visco

Governatore della Banca d'Italia

La Banca d'Italia ha alle sue spalle una storia importante, lunga oltre centoventi anni. È una autorità che si occupa di politica economica, ma anche e soprattutto un'istituzione e come tale svolge anche altri compiti. Tra questi, una rilevanza assoluta riveste il suo ruolo nel contribuire, tramite studi, ricerche e analisi, ad accrescere il grado di conoscenza sui fatti economici. Produce, nei fatti, informazione, che viene poi comunicata a diverse categorie di controparti: politiche e istituzionali *in primis* – il Presidente della Repubblica, il Governo, il Parlamento – ma anche i *mass media*, stampa, tv, tutti i nuovi strumenti di comunicazione che si sono affermati negli ultimi anni.

Nel corso dei nostri studi, tutti noi ci siamo imbattuti nei versi bellissimi di una ballata scritta da Lorenzo il Magnifico: «Chi vuol esser lieto, sia: / di doman non v'è certezza.» Ed è indubbio che, nel caso del Magnifico, l'ignoranza del futuro fosse un lusso sostenibile: in fin dei conti, i mezzi per sopravvivere – contando sulle ricchezze della sua famiglia – li aveva a disposizione. In realtà, nella maggior parte dei casi e nella società in cui abbiamo la ventura di vivere, il domani è molto importante. Ma il domani si costruisce oggi e la Banca d'Italia, in questo senso, gioca un ruolo fondamentale.

Abbiamo la fortuna di vivere in un Paese ricco di storia, che ha accumulato, nel corso dei secoli e dei millenni, una capacità straordinaria di fare e produrre, trasmettendola da una generazione all'altra. Negli ultimi venti anni l'Italia, come il resto del mondo, ha vissuto un cambiamento incredibile, che si riflette anche nelle differenze tra le generazioni. Nel campo del lavoro, ad esempio, le innovazioni intervenute fanno sì che il paragone tra la mia generazione, tra gli “anziani” per così dire, e quella dei ragazzi che beneficiano del progetto “Il Quotidiano in Classe” sia quasi improponibile. Ritengo molto difficile che questi giovani si ritrovino a fare, in futuro, lo stesso lavoro dei propri genitori. Ed è altrettanto difficile che possano fare sempre lo

stesso lavoro. Alcuni mestieri svaniranno completamente: non lavoreranno più allo sportello di una banca, perché tutte le operazioni si faranno via Internet e lo sportello sparirà. Non apriranno più nuove librerie, e le biglietterie delle stazioni ferroviarie chiuderanno i battenti. Vent'anni fa, nessuno avrebbe immaginato il mondo di oggi, quello delle biotecnologie, dell'automazione di ogni lavoro standardizzabile.

Anche quello che inizia domani è, oggi, un mondo completamente ignoto: non sappiamo cosa accadrà tra quindici anni. Proprio per questo, noi dobbiamo trasformarci in esploratori. Dobbiamo affinare lo spirito critico, saper mettere insieme nozioni diverse. Un tempo lo avremmo definito "lavoro intellettuale": io preferisco dire che bisognerà essere tutti un po' ricercatori.

Diventerà sempre più fondamentale saper mantenere vivi nel tempo il desiderio, la curiosità e la voglia di conoscere, dalle lingue alle nozioni scientifiche più aggiornate, dalla matematica – di cui non dobbiamo aver paura, perché è solo un mezzo per raggiungere dei fini – alla storia, fondamentale per capire dove siamo e dove vogliamo andare. Dovremo investire in noi stessi, per sempre.

Il lavoro rappresenta una grande incognita per le nuove generazioni. Non posso dire quale lavoro ci sarà, ma sono certo che per fare quel lavoro, qualsiasi esso sia, bisognerà investire non soltanto sulle conoscenze, bensì sulle competenze. Il che significa, nei fatti, saper connettere le proprie conoscenze, usare la propria curiosità intellettuale per scovare quelle nozioni che potranno dare una risposta alle domande cruciali della nostra società. Per questo è fondamentale esercitarsi fin da ora nel cercare i fatti, nel capire che cosa significhino davvero le informazioni che leggiamo. È importante confrontare modi diversi per raccontare le notizie, senza mai fermarsi alla nozione pura e semplice. Ora è possibile trovare ogni tipo di informazione su Internet: Wikipedia, ad esempio, rappresenta uno strumento utilissimo, è il primo passo che in molti facciamo per capire qualcosa, ma non deve essere l'ultimo. È fondamentale comprendere che solo approfondendo si può intuire il collegamento tra le varie nozioni, come vengano costruite le notizie, se dietro si celino degli interessi. Solo questo, in definitiva, può consentire la formazione di uno spirito critico adatto ai tempi.

L'importanza di promuovere una corretta alfabetizzazione economico finanziaria

di Jean-Claude Trichet
Ex Governatore della Banca Centrale Europea

Tra gli obiettivi principali che l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori si propone rientra l'alfabetizzazione economico finanziaria. E dal mio punto di vista la ritengo assolutamente essenziale. L'esperienza mi ha portato a credere che tutti i giovani debbano sviluppare una comprensione di questi temi il più accurata possibile. È necessario che capiscano cosa significhi avere una finanza solida e sostenibile, a maggior ragione nel contesto odierno, in cui ci siamo trovati ad affrontare quella che a mio avviso è la peggiore crisi finanziaria dai tempi della Seconda Guerra Mondiale.

È importante che gli studenti di oggi abbiano coscienza della complessità che li circonda, e sappiano valutarne origini e motivi tanto quanto le strategie elaborate per risolverne le criticità. Questo è un principio che va applicato ad ogni livello, dal micro al macro, dal locale al globale. A livello mondiale c'è stato, ad esempio, un consenso nell'esame di regole e vincoli per essere sicuri, per quanto possibile, che il sistema finanziario globale sia solido e non fragile come dimostrò di essere nel 2007-2008. E questo è un processo che si concretizza non più soltanto a livello europeo, come avveniva prima della crisi, bensì del mondo intero. Questo è uno spazio di discussione creato dalla stessa crisi: una novità molto importante, un messaggio di speranza per le nuove generazioni.

È su questa speranza che dobbiamo costruire l'Europa del futuro, formando i suoi cittadini. Dobbiamo spianare loro la strada, concentrandoci su creatività, innovazione, eccellenza in ambito educativo e universitario. Il ritardo sugli Stati Uniti, specialmente in relazione a questi ultimi temi, è indubbio. Ma è un ritardo che non ha alcuna ragione di esistere. L'Europa può contare su un patrimonio notevole di risorse umane. L'Italia, poi, è particolarmente dotata sotto questo profilo. Troppo spesso sentiamo dire che l'Europa, come entità, viene rifiutata dai suoi stessi cittadini, ed è vero che le sue istituzioni non godono della fiducia di cui avrebbero bisogno. Ma mi sono preso la briga di studiare nel dettaglio i sondaggi in merito, e sapete cosa ho

scoperto? Che se le istituzioni europee effettivamente soffrono una perdita di fiducia, quelle nazionali sono messe ancora peggio. Il fenomeno, quindi, si configura sotto un'altra prospettiva: la gente esprime una posizione critica nei confronti di tutte le istituzioni, sia a livello di Paese che a livello di Unione. Ma il Parlamento Europeo e la Commissione Europea continuano a godere di una fiducia maggiore dei loro omologhi nazionali, e questo è un segnale positivo. Il messaggio che i cittadini vogliono trasmettere alle istituzioni è, in fondo, un richiamo alla responsabilità: possiamo fare di meglio, voi dovete fare di meglio, noi tutti dobbiamo fare molto meglio di quanto fatto finora.

Ed è poi questo, il futuro, il tema centrale dell'intervento dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori. Mi sono spesso domandato che risposta darei a un diciassettenne che mi chiedesse un consiglio che lo accompagnasse lungo il resto della sua vita. Il mio consiglio sarebbe molto semplice: preparatevi a vivere eventi inaspettati e straordinari. Ripenso a me stesso da giovane, a come la mia vita futura mi sarebbe sembrata, con il senno di poi, quasi un racconto di fantascienza. A diciassette anni non avrei mai immaginato l'esistenza degli *smartphones*: la possibilità di avere accesso in ogni luogo e momento a tutta la conoscenza del mondo... era fantasia allo stato puro. Ho vissuto nell'era dei blocchi: Nord contro Sud, comunismo contro capitalismo, Paesi in via di sviluppo contro economie avanzate. Ho visitato la Cina in un tempo in cui sulla terraferma non esisteva un singolo grattacielo, e ora, a trentacinque anni di distanza, quando vi faccio ritorno devo darmi un pizzicotto per convincermi che non sto sognando. Le nuove generazioni vivranno gli stessi incredibili cambiamenti: nella tecnologia, nel funzionamento delle nostre società, nella struttura del pianeta. Questo implica che dovranno essere preparate al meglio, educate al meglio – e dotate della migliore conoscenza finanziaria ed economica possibile.

Parte III

Web, strumento per unire le comunità

L'avevano chiamata, con una certa dose di ottimismo e preveggenza, *world wide web*, una Rete ampia come il mondo. Un concetto nato in contemporanea al crollo del Muro di Berlino, e altrettanto destinato a cambiare la storia dell'umanità come la conosceamo: del suo stile di vita, del suo pensiero, della sua organizzazione sociale.

Sono passati trent'anni, e sembra un'epoca già lontana. Quella in cui per mostrare agli amici le foto delle vacanze si apriva un album o si accendeva un proiettore. Quella in cui le decisioni di lavoro venivano prese al termine di riunioni-fiume seduti intorno a un tavolo. Quella in cui per rintracciare un vecchio compagno di scuola, ci si affidava all'elenco telefonico.

Tutto è cambiato, tranne un elemento fondamentale: il bisogno, per ogni essere umano, di sentirsi parte di una comunità. Ed ecco che il web svela, finalmente, la sua natura più profonda: non soltanto contenitore di conoscenza e informazione, ma anche – forse soprattutto – strumento di costruzione e mantenimento di quella comunità su cui si fonda l'esistenza stessa della nostra specie.

Oggi le comunità possono nascere in Rete per poi sbarcare nel mondo reale. Da incontri quasi casuali sulle pagine dei *social network* possono nascere amori, gruppi di studio, *band* musicali, associazioni di volontariato. La vita di tutti i giorni è scandita dagli appuntamenti e dalle comunicazioni in arrivo da due piani paralleli: quello concreto, "reale", e quello virtuale. Un intreccio strettissimo, soprattutto nell'esperienza di chi appartiene alla generazione dei "nativi digitali".

Il cittadino del futuro nasce dalla compenetrazione e dalla coesistenza di questi due mondi, entrambi indispensabili e complementari. Ed è in quest'ottica di collaborazione che l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori ha scelto di lavorare negli ultimi anni. L'autorevolezza della carta stampata, ma anche la rapidità e la fluidità del web. Entrambe le dimensioni concorrono alla formazione di quello spirito critico che è l'obiettivo primario del progetto "Il Quotidiano in Classe".

Il web come fonte di informazione e apprendimento, alla pari con il giornale tradizionale, dunque. Ma anche la Rete come strumento di coordinamento, contatto, collaborazione. La comunità de “Il Quotidiano in Classe” è oggi, grazie a Internet, una realtà sempre più viva e pulsante, al passo con le innovazioni e con le sfide del mondo contemporaneo. Una comunità che si consulta e si confronta grazie a due strumenti messi a disposizione di tutti i suoi membri. Il primo, direttamente pensato per dare voce ai più giovani – in un Paese che a volte sembra dimenticarsi di porgere orecchio alle loro idee e sensazioni – è il sito www.ilquotidianoinclasse.it, un vero e proprio spazio pubblico di dialogo con i propri coetanei. Il secondo, a complemento delle idee dei ragazzi, è invece un portale dedicato alle competenze dei docenti: www.scuolachefarete.it, un luogo virtuale dove confrontare esperienze e percorsi volti a una didattica sempre più digitale. Nelle prossime pagine troverete alcuni spunti di riflessione, uniti a semplici istruzioni per l’uso. Buona navigazione!

La carta d'identità del progetto ilquotidianoinclasse.it

■ Nome

www.ilquotidianoinclasse.it

■ Destinatari

Studenti

■ Obiettivo didattico del portale

Dare spazio e voce agli studenti italiani, stimolando la loro creatività, la sana competizione ma soprattutto il divertimento!

■ Durata del progetto

24 ottobre 2016 - 30 aprile 2017

■ Tipologia di attività proposta

Ogni lunedì Orsola Riva, Luca Tremolada e Gianluigi Schiavon, i giornalisti delle tre testate *Il Corriere della Sera*, *Il Sole 24 Ore* e *Quotidiano Nazionale*, attraverso dei video girati da loro, forniranno spunti di attualità rivolti agli studenti, invitandoli a dire la loro opinione. Gli studenti iscritti, da soli o riuniti in piccole redazioni, possono sfruttare questo spazio, a loro dedicato, per esprimere la propria opinione sui grandi fatti del mondo e confrontarla con quella di altri studenti. Partendo dagli spunti dei tre giornalisti, infatti, si sfideranno a colpi di post testuali, vignette, video e *gallery* fotografiche. In palio per il vincitore assoluto un viaggio in California e la visita ad alcune delle realtà digitali della Silicon Valley!

■ Contatto per informazioni relative allo svolgimento dell'iniziativa

info@ilquotidianoinclasse.it

Il portale www.scuolachefarete.it

La nuova edizione del portale realizzato con TIM

di Carlo Sorrentino

Professore ordinario di Sociologia dei processi culturali presso l'Università degli Studi di Firenze

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in *partnership* con TIM, realizza, per l'anno scolastico 2016-2017, la nuova edizione del portale www.scuolachefarete.it, rivolto a tutti gli insegnanti italiani.

Questa collaborazione è nata nel 2010 con l'intento di offrire ai docenti l'opportunità di avvalersi di un nuovo strumento informativo e didattico, che li aiuti a prepararsi per cogliere al meglio le opportunità offerte dalla realtà scolastica in continua evoluzione.

Una scuola senza confronto con il mondo circostante non è mai stata possibile e, ovviamente, questo confronto diventa più incisivo quando si caratterizza per la pluralità di ambienti e soggetti con i quali poter interagire.

Oggi, più che mai, risulta importante sfruttare la pervasiva capacità del digitale di aggregare e mescolare informazioni e competenze, adottando tale possibilità di confronto nel mondo scolastico. L'apertura al digitale deve essere concepita e sfruttata per la sua straordinaria potenzialità di connettere competenze e punti di vista.

Ancora una volta, sul portale la comunità degli insegnanti si darà appuntamento ogni giorno, azzerando le distanze geografiche, trovando spunti di lavoro, informazioni, proposte, suggerimenti e consigli. La Rete si trasforma così in un nuovo strumento didattico e formativo, flessibile e costantemente aggiornato. Non solo: attraverso il portale, sarà possibile intraprendere insieme un rinnovato percorso di alfabetizzazione digitale, che consentirà ai docenti di avvicinarsi ancora di più alle generazioni cui si trovano a fare da guida nell'universo frastagliato della conoscenza e dell'informazione.

La Rete non andrà vissuta come una strada tracciata, né tantomeno come un labirinto, quanto piuttosto come un enorme repertorio di fatti, informazioni ed esperienze, cui attingere per sviluppare poi i propri percorsi con gli studenti.

Nel portale www.scuolachefarete.it saranno molti i temi e gli approcci.

Sarà presente una sezione denominata "Il Quotidiano in Classe", pensata nell'ot-

tica di fornire ai docenti spunti video per attualizzare le proprie lezioni e per integrare al meglio le vicende di attualità con il programma scolastico e promuovere, quindi, un'ora di educazione civica al passo con i tempi.

Con lo stesso *format*, ma in ambito diverso, sarà aggiornata settimanalmente anche la sezione “Young Factor”, che vedrà al suo interno contributi didattici e idee concrete di lavoro sul tema dell’alfabetizzazione economico-finanziaria, utili per suggerire agli insegnanti forme nuove di lezione su questi argomenti partendo dalle pagine dei quotidiani.

Per rispondere alla sfida, imposta dalla modernità, di utilizzare in aula strumenti digitali sfruttandone le potenzialità, è prevista anche una sezione chiamata “Digitale e Didattica” con spunti formativi e informativi ideati per mostrare le potenzialità offerte dai supporti digitali e le possibili applicazioni in campo didattico.

Per un aggiornamento periodico e sistematico sulle *news* riguardanti la professione del docente, anche in ambito normativo, è pensata invece la sezione “Mondo Scuola”: un utile strumento per vivere da protagonisti le sfide e le opportunità che l’attualità propone al docente in quanto professionista.

Infine, come già avvenuto dai primi mesi del 2016, il portale proporrà agli utenti una sezione dedicata a tutti i progetti e le opportunità rivolte al mondo dei giovani e della scuola: “TIM per la scuola”.

La carta d'identità del portale scuolachefarete.it

■ Nome

www.scuolachefarete.it

■ Destinatari

Docenti

■ Obiettivo didattico del portale

Riunire la comunità dei docenti italiani, accompagnandoli in un percorso volto a scoprire le potenzialità didattiche del mondo digitale e sostenere e sviluppare una vera e propria cultura dell'informazione di qualità.

■ Durata del progetto

11 ottobre 2016 - 1 giugno 2017

■ Tipologie di attività proposte

La sezione "Il Quotidiano in Classe" propone contributi video realizzati per aggiornare le lezioni in classe e per integrare al meglio le vicende di attualità con il programma scolastico, promuovendo una lezione di educazione alla cittadinanza che si evolve di giorno in giorno.

La sezione "Young Factor" raccoglie contributi didattici e idee concrete di lavoro sul tema dell'alfabetizzazione economico-finanziaria, utili per suggerire agli insegnanti forme nuove di lezione su questi argomenti partendo dalle pagine dei quotidiani.

La sezione "Mondo Scuola" riunisce le *news* riguardanti, in ambito normativo, la professione del docente. Questa sezione permetterà, in modo rapido, all'insegnante di avere una panoramica completa e aggiornata su tutte le notizie che riguardano il suo settore professionale.

La sezione "Digitale e Didattica" presenta spunti formativi e informativi pensati per utilizzare al meglio le potenzialità offerte dall'evoluzione digitale in campo didattico. Lo scopo di questa sezione è quello di fornire un percorso che accompagnerà i docenti nel viaggio verso un nuovo tipo di didattica.

La sezione "Tim per la scuola" evidenzia i progetti e le opportunità pensate da TIM e rivolte al mondo dei giovani e della scuola in ambito digitale.

■ Contatto per informazioni relative allo svolgimento dell'iniziativa

info@scuolachefarete.it

Le competenze digitali come vantaggio competitivo nel mondo del lavoro

di Carlo Sorrentino

Professore ordinario di Sociologia dei processi culturali presso l'Università degli Studi di Firenze

Quando si parla della cosiddetta rivoluzione digitale le iperboli sono frequenti, ma anche pericolose. Il rischio è la banalizzazione oppure la drammatizzazione. Ci sono enfattizzazioni quali: “ormai i nostri giovani vivono in una realtà virtuale e hanno perso il contatto con la realtà”. Dall'altra parte, si azzardano previsioni che si vivrà in un mondo del tutto automatizzato e robotizzato, in cui – per i pessimisti – non si troverà più lavoro, per gli ottimisti – invece – avremo tanto tempo libero dal lavoro per fare soltanto ciò che ci interessa.

Per quanto riguarda la “virtualizzazione” delle giovani generazioni, è forse opportuno riprendere le riflessioni di Rogers, che parla di fine del virtuale proprio da quando la nostra vita quotidiana è totalmente saturata dalle tecnologie di comunicazione, che ci accompagnano in ogni momento, rendendo impossibile separare la Rete dagli ambienti fisici in cui viviamo. Il passaggio dall'*offline* all'*online* è talmente continuo e costante che l'intreccio fra reale e virtuale ci fa vivere in un mondo ibrido, dove le due dimensioni s'intrecciano e alimentano a vicenda.

Questa riflessione ci permette di superare un'altra banalizzazione abbastanza frequente quando si parla delle nuove tecnologie, che ormai tanto nuove non sono nemmeno più, e cioè il ritenere che taglino nettamente in due le generazioni: i nativi digitali e coloro che ormai devono rassegnarsi a morire analogici.

L'incidenza generazionale nell'approccio all'ambiente digitale è innegabile; tuttavia è opportuno evitare generalizzazioni e approfondire. Ad esempio, scoprire che non basta essere giovane per avere competenze digitali articolate anche perché ancora troppo poca è l'attenzione della scuola e dei processi formativi istituzionalizzati, per cui l'acquisizione delle competenze è rimessa alla volontà individuale, quasi sempre fortemente condizionata dal contesto familiare e socio-culturale in cui si vive. Persiste, dunque, un *digital divide*, ben evidenziato dal dato che mostra come soltanto il 63% delle famiglie italiane possessa una connessione a Internet. Di fatto, un terzo della

popolazione è esclusa da ogni possibilità di presenza nel mondo digitale.

Ritornando alle motivazioni culturali, è interessante osservare come un'altra divaricazione, quella di genere, si stia attenuando. Probabilmente a causa di un mutamento di significato attribuito alla competenza tecnologica, negli anni scorsi considerata una prerogativa tecnica da "maschi smanettoni", spesso socializzati dai videogiochi. Negli ultimi anni l'avvento dei *social* ha modificato le forme e le logiche della socializzazione tecnologica, facendole acquisire una dimensione maggiormente espressiva che incide sul capitale relazionale degli individui; diventa quindi una pratica sociale ambita anche dalle adolescenti e dalle preadolescenti, basti vedere l'infuocato dibattito su quale sia l'età giusta per consentire alle proprie figlie e ai propri figli di crearsi un profilo su Facebook.

Questo cambio di paradigma è utile anche per comprendere meglio quali siano le competenze digitali adeguate per affrontare le nuove sfide che pone il mondo del lavoro.

Anche in questo campo è del tutto inutile seguire sia i pessimisti, che prevedono la disoccupazione cronica, sia i fautori dell'ozio creativo. Bisogna, piuttosto, avere l'umiltà di ammettere come sia difficile fare previsioni non tanto su quanto lavoro ci sarà, quanto piuttosto su quale lavoro ci sarà. Quanto accaduto negli ultimi anni ci insegna come il panorama delle professioni si modifichi con una velocità tale da rendere necessario acquisire competenze di base flessibili, che permettano d'adattarsi a questa fluidità; ma proprio per questo motivo sarebbe opportuno elaborare adeguati processi formativi.

Possiamo distinguere due differenti competenze.

Una prima competenza – maggiormente tecnica – deve essere tesa a comprendere le logiche che sovrintendono il linguaggio della Rete. Ovviamente non è necessario che si diventi tutti programmatori, e quindi inopportuno entrare pienamente nell'affascinante quanto ostico mondo degli algoritmi e dell'informatica; tuttavia, è necessario che siano note a tutti le logiche della programmazione. Non a caso si stanno diffondendo *app* e programmi con la specifica funzione di spiegare questa logica. Se la si comprende, poi si abita il mondo digitale con maggiore consapevolezza e soddisfazione. Un po' come quando si deve apprendere una nuova lingua: fino a che non s'introieta la logica che la presiede, si fa una gran fatica a impararla.

La seconda competenza è inerente alla natura dialogica del mondo digitale. Quest'aspetto è oscurato nell'opinione pubblica dall'altra importante caratteristica della Rete: la disintermediazione, cioè la possibilità per ciascuno di noi d'accedere direttamente alla fonte dei contenuti che c'interessano.

Pur non negando l'importanza della disintermediazione, la vera forza della Rete è la condivisione, è la connessione fra le parti, l'immediatezza dello scambio. A capirlo per prima sono stati Pierre Levy, che ha parlato d'intelligenza collettiva, e Derrick de Kerckhove, che preferisce il termine intelligenza connettiva. In Rete le due fasi comunicative – emettere e ricevere – sono contemporanee; dunque, possono garantire una dimensione maggiormente partecipativa.

Affinché questi processi si realizzino c'è bisogno che si sviluppino una chiara convinzione circa l'utilità prodotta dalla potenziale collaborazione. Ad esempio, nel mondo della ricerca scientifica si sta capendo che se intorno a una domanda di ricerca, allo sviluppo di una teoria piuttosto che di un brevetto, lavorano non soltanto le poche unità che possono comporre un gruppo di ricerca, ma comunità di dimensioni molto più ampie, le possibilità di raggiungere risultati innovativi, ma anche soltanto di condurre esperimenti su campioni molto più grandi, accorciano i tempi per l'individuazione di soluzioni efficaci. In tali comunità, però, c'è un indubbio

vantaggio: il reciproco riconoscimento della competenza degli altri colleghi, si tratta di una relazione fra pari che condividono reciproca stima e fiducia. In altri campi, invece, la reputazione deve essere costruita giorno per giorno e dimostrata attraverso prove empiriche inconfutabili. In Rete non bisogna soltanto apparire competenti, ma bisogna produrre prove in merito.

Dunque, in Rete le competenze relazionali hanno un'accezione diversa da quella solitamente conosciuta e attinente alla capacità d'entrare empaticamente in rapporto con gli altri. Beninteso, tale qualità continua a essere apprezzabile, ma la relazionalità da sviluppare è riferibile alla capacità di trovare connessioni fra ragionamenti, ipotesi e idee, e di saperle poi assemblare ponendosi obiettivi chiari e orientati alla soluzione dei problemi, nonché individuando altre competenze necessarie per il raggiungimento dello scopo.

Per questo motivo si parla di una tendenziale orizzontalità della Rete, luogo sempre più ampio e densamente popolato, dove devi sapere come fare per andare a intercettare le abilità necessarie e, contemporaneamente, essere in grado di valutarne la reale consistenza, attraverso processi di riconoscimento della pertinenza e dell'efficacia. Dall'altra parte, bisogna riuscire a mostrare la propria di affidabilità, sapendo che la fluidità dei rapporti e la moltiplicazione dei contatti possibili non permette la costruzione di una fiducia che proceda nel tempo – passo dopo passo – attraverso la lenta maturazione della conoscenza e quindi della reciprocità. Bisogna lavorare sulla reputazione attraverso una coerente gestione della propria visibilità, non da intendersi come narcisistica esibizione del sé, quanto piuttosto quale migliore oggettivazione possibile della propria reputazione, attraverso l'esibizione delle proprie precedenti attività svolte, degli obiettivi che si ponevano e dei risultati raggiunti. Una visibilità basata sulla forza della concretezza, piuttosto che sulla patinata costruzione dell'immagine.

Per acquisire queste competenze diventa particolarmente necessario saper gestire il confronto con gli altri. Per questo motivo la formazione deve valorizzare lo sviluppo di senso critico e la parametrizzazione dei risultati.

È necessaria, quindi, una formazione che non sviluppi più soltanto una dimensione lineare della cultura, ma sappia cogliere il carattere sempre più reticolare del sapere. Nelle aule scolastiche bisogna sviluppare metodologie didattiche che valorizzino le connessioni. La lezione *ex cathedra*, che pur deve mantenere la sua funzione pedagogica, deve essere accompagnata da forme di convocazione dei saperi rintracciabili in Rete, in cui diventino centrali il lavoro collaborativo fra i pari e il confronto continuo fra docente e discente. Non a caso alcuni sistemi scolastici europei stanno cercando di superare il concetto di "classe", che in questo mare aperto del sapere può produrre chiusura e soprattutto cristallizzare le posizioni fra i più bravi e i meno bravi. Si sperimentano, invece, classi aperte, cioè gruppi di studenti che cambiano a seconda delle discipline, per confrontarsi con colleghi differenti e che casomai sulla singola disciplina condividono livelli d'apprendimento simili. Così diventa più facile che il gruppo cresca insieme e sia maggiormente incline alla collaborazione, proprio perché la fiducia negli altri matura parallelamente alla buona reputazione mostrata dagli altri. Come già detto, infatti, per collaborare c'è bisogno di riconoscersi e apprezzarsi.

In conclusione, per agire con efficacia nel mondo denso e collaborativo proprio dell'ambiente digitale occorre ripensare il modo attraverso cui apprendiamo, per includere sempre più gli altri, che non a caso abitano la nostra dimensione sociale con una densità e intensità superiore rispetto al passato. Non è facile, non sarà facile. Ma è necessario.

Parte IV

Iniziative speciali e Concorsi

Le Iniziative speciali

Se il mondo contemporaneo dei media sembra essere, sempre più, composto da infinite realtà e sfaccettature, allora la sfida, per i ragazzi che parteciperanno a “Il Quotidiano in Classe”, diventa molteplice. Dopo aver preso il via con l’arrivo dei giornali sui banchi e le ore dedicate alla loro lettura, analisi, interpretazione, ecco che il progetto si espande su una scala ben più ampia, che travalica le pareti delle aule scolastiche: un progetto di educazione alla cittadinanza multidisciplinare e multidimensionale, che rafforza e sostiene il percorso di formazione dei cittadini di domani.

Questo rappresentano le Iniziative speciali legate a “Il Quotidiano in Classe”: uno strumento in più, a disposizione dei ragazzi e dei docenti, per rendere vivi, e reali, e presenti, i concetti di partecipazione civile e sociale messi in luce dall’esercizio di lettura ed analisi dei media nazionali e locali. Un’educazione alla cittadinanza, ai suoi diritti e ai suoi doveri, che esce dall’astrazione teorica per calarsi nella quotidianità vissuta dagli studenti e dagli educatori.

Le tematiche prescelte per il ventaglio di iniziative in calendario per questo anno scolastico sono, come sempre, stimolanti e complesse. Comprendono argomenti di carattere globale, che pongono quesiti rilevanti per il futuro non solo del singolo, ma di tutta l’umanità, come la selezione delle notizie di qualità, i cambiamenti climatici, la coesistenza di media tradizionali e digitali, l’Europa e le sue sfaccettature, fenomeni preoccupanti e pericolosi scaturiti dalla nuova era digitale, come il cyberbullismo.

Le Iniziative speciali, presentate nel dettaglio nel corso delle prossime pagine, coinvolgeranno ancor più in prima persona i professori: per loro l’Osservatorio Permanente Giovani-Editori e i suoi partner hanno pensato nuovi e specifici strumenti didattici, dalle schede ai video, agli incontri sul territorio. A partire da questi strumenti e intorno al tema centrale dell’iniziativa si svilupperà quindi un

percorso mirato, durante il quale gli studenti potranno assistere a lezioni tematiche e approfondimenti, con il coinvolgimento di relatori provenienti anche da realtà esterne alla scuola.

Un'opportunità resa possibile dalle numerose *partnership* che l'Osservatorio ha saputo stabilire nel corso del tempo e che, anche quest'anno, forniscono il loro contributo fondamentale alla formazione di una cittadinanza più consapevole per l'Italia che verrà.

Iniziativa speciale Giovani, energia del futuro

Promossa in collaborazione con
Eni

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con Eni, realizza, per l'anno scolastico 2016-2017, la nuova edizione dell'iniziativa speciale "Giovani, energia del futuro", rivolta a tutti gli studenti delle classi partecipanti al progetto "Il Quotidiano in Classe".

La collaborazione con Eni, iniziata nell'anno scolastico 2006-2007, è evoluta nel tempo, caratterizzandosi sempre più per la forte componente formativa e didattica che si è trovata a ricoprire.

Per la prossima edizione dell'iniziativa saranno organizzati cinque incontri rivolti agli insegnanti e agli studenti, delle vere e proprie "Lezioni d'autore", relative ai progetti "Il Quotidiano in Classe" e "Young Factor", tenute da illustri giornalisti.

In ogni appuntamento sarà inoltre approfondito un tema di estrema attualità, come il cambiamento climatico, grazie alla presenza, in qualità di relatore, di uno studente che avrà seguito precedentemente un corso a cura della Fondazione Eni Enrico Mattei in un'ottica di *peer to peer education*.

Il connubio tra l'energia in senso materiale e la visione delle nuove generazioni come nuova energia per il futuro da liberare, chiarifica il legame di questa lunga collaborazione. Infatti l'iniziativa speciale nasce dal comune obiettivo di mettere al centro i giovani e le loro capacità, sottolineando la risorsa che in potenza essi rappresentano per il futuro del nostro Paese, grazie anche all'accrescimento delle loro competenze in ambito energetico e ambientale e allo sviluppo della loro capacità di condividerle per mettere in circolo il sapere.

Scheda

Storia di oggi: il clima cambia in fretta

di Maria Vezzoli

Formatore OPPI, già docente di Scienze nelle scuole superiori di secondo grado

Prologo

«Il nostro clima sta cambiando: prove scientifiche dimostrano che la temperatura media globale è in aumento e che è in atto un mutamento dei modelli meteorologici. Inoltre, i ghiacciai, la banchisa artica e la calotta glaciale in Groenlandia si stanno sciogliendo. Come illustrato dal Quinto rapporto di valutazione dell'IPCC¹ (Comitato intergovernativo per i cambiamenti climatici), il riscaldamento globale verificatosi a partire dalla metà del XX secolo è dovuto principalmente a un aumento delle concentrazioni di gas serra, generato a sua volta dalle attività umane, in special modo dalla combustione dei carburanti fossili e dal mutamento del rapporto dell'uomo con la terra.»

Così scrive Hans Bruyninckx, *Executive Director* dell' *Environnement European Agency*, l'Agenzia europea dell'ambiente, nella sua introduzione al volume pubblicato nel 2015, dal titolo assai significativo: *Vivere ai tempi del cambiamento climatico*. Certo, vivere, perché il cambiamento climatico è un dato di realtà e quindi... bisogna darsi da fare per viverci! Ma come? Le risposte non sono scontate, e si raccolgono tra due estremi: combattere - convivere. C'è chi spinge sul combattere strenuamente, temendo catastrofi fino alla scomparsa del genere umano; chi invece pensa che il genere umano riuscirà a convivere semplicemente adattandosi. Saggezza vuole che ci si muova tra due estremi, cercando di limitare i cambiamenti senza esagerare nei catastrofismi e nel contempo accettando di rivedere i propri comportamenti in maniera equilibrata.

■ Che cosa sta succedendo al clima

Non possiamo descrivere quel che accade se non in estrema sintesi.

Il nostro pianeta si sta riscaldando: la temperatura globale è aumentata di circa 0,8 °C negli ultimi centocinquanta anni e si prevede un ulteriore aumento; di conseguenza i regimi delle precipitazioni si modificano, i ghiacciai e le nevi si sciolgono e il livello medio del mare è in aumento. Si prevede che i cambiamenti continueranno e che gli eventi climatici estremi, all'origine di fenomeni come alluvioni, siccità, ondate di calore, diventeranno sempre più frequenti e intensi con conseguenze spesso assai gravi, come distruzioni di interi abitati, danni fisici ed economici a persone e a interi sistemi produttivi.

1. Il 12 ottobre 2007 l'organizzazione ha vinto il Premio Nobel per la pace con Al Gore per l'impegno nel diffondere la conoscenza sui cambiamenti climatici dovuti al riscaldamento globale.

■ Il clima cambia? Ma non è una novità!

Le modificazioni del clima non sono certo una novità né tantomeno un fatto isolato nella storia del nostro pianeta, lunga più o meno 4,6 miliardi di anni.

A cambiamenti drastici e drammatici del clima sono almeno in parte attribuite molte di quelle crisi drammatiche che hanno profondamente inciso sull'evoluzione della vita sulla Terra: si tratta delle famose estinzioni di massa, come quella tra il Permiano e il Triassico (duecento cinquanta milioni di anni fa) in cui si ritiene siano scomparse oltre il 90% delle specie marine allora presenti; o quella tra Triassico e Giurassico (duecentotré milioni di anni fa) che, segnata da un aumento di temperatura di 5°C, vide la scomparsa del 76% delle specie viventi, tra le quali la quasi totalità dei terapsidi (antenati rettiliani dei mammiferi), di molti anfibi e dell'84% dei bivalvi. La più celebre e studiata estinzione di massa è posta al limite Cretaceo-Terziario, sessantacinque milioni di anni fa: si pensa che si siano estinte circa il 76% di tutte le specie viventi, compresi i grandi dinosauri.

Si tratta di eventi precedenti di molto la presenza umana sulla Terra. Si è trattato di cambiamenti lenti, se dovuti a fenomeni astronomici come le oscillazioni dell'asse terrestre, o di durata relativamente breve se dovuti a eventi straordinari – come la collisione con un asteroide che, secondo la maggior parte degli studiosi, causò l'estinzione dei dinosauri – o a potenti fenomeni vulcanici. Alcuni di questi ultimi si sono verificati anche in epoca “umana”, e sono descritti persino nella storia recente. Ricordiamo a questo proposito la famosa e grandiosa eruzione del 1815 del vulcano Tambora (isola di Sumbawa, arcipelago della Sonda). Le ceneri disperse nell'atmosfera schermarono i raggi solari al punto che il 1816, l'anno successivo all'eruzione, fu ricordato come l'anno senza estate. Il fenomeno durò ancora per alcuni anni successivi e tutto il pianeta soffrì per l'impoverimento dei raccolti, legato a estati molto fredde e inverni eccezionalmente gelidi. Si tratta comunque di crisi di durata relativamente breve.

■ Perché oggi è diverso?

L'attuale cambiamento climatico appare più rapido e più rilevante delle variazioni di temperatura degli ultimi diecimila anni, cioè da quanto esiste la nostra civiltà. Secondo molti scienziati è talmente veloce da mettere a rischio la capacità di adattamento degli esseri viventi, uomo compreso.

La causa principale di questo cambiamento è da ricercarsi nelle attività umane: in particolare la combustione di carbone, gas e derivati del petrolio. Molte attività industriali sono causa dell'accentuazione dell'“effetto serra”, che ha portato all'aumento di temperatura con tutte le conseguenze cui già abbiamo accennato.

Secondo l'IPCC «l'influenza dell'uomo sui cambiamenti climatici è irreversibile». Si ritiene che dall'inizio della rivoluzione industriale, e in maniera più significativa negli ultimi sessant'anni, la concentrazione atmosferica del biossido di carbonio (CO₂, anidride carbonica secondo la nomenclatura tradizionale) sia aumentata del 40% a causa del massiccio uso di combustibili fossili in tutte le attività umane; la concentrazione del gas metano sia cresciuta del 150% e la concentrazione del protossido di azoto del 20%.

Sempre secondo studi dell'IPCC, a fine secolo XXI, se non si interviene decisamente, l'aumento della temperatura media del globo potrà raggiungere addirittura i 4-5 °C.

Ci sono però anche scienziati che frenano su questa visione catastrofica, opponendo considerazioni caute e di innegabile fondatezza quali:

- da più di 15 mila anni (ultima glaciazione) la temperatura media del pianeta cresce anche se con una certa alternanza;
- non possiamo sapere esattamente i gradienti con cui la temperatura media sia salita e quindi è sbagliato affermare con tanta sicurezza che la temperatura non è mai cresciuta tanto in diecimila anni;
- di conseguenza non possiamo sapere in che percentuale l'uomo contribuisca ai cambiamenti climatici;
- per avere un'idea precisa bisognerebbe essere in possesso di più secoli di osservazioni.

La cautela è dunque d'obbligo, ma non ci esime dal prendere in considerazione il fatto che, comunque, se l'uomo non è l'unico responsabile dei cambiamenti climatici, certo ne è corresponsabile, e può agire in merito. Citiamo a questo proposito le parole con cui uno scienziato "cauto", Vincenzo Ferrara², risponde alla domanda «Ma il colpevole dei cambiamenti climatici è veramente l'uomo?»

«Non siamo in grado di dedurlo facilmente dai cambiamenti climatici. Ma se analizziamo invece le anomalie sul ciclo del carbonio e sugli equilibri energetici del sistema climatico, questa analisi è più facile. In pratica, il ciclo del carbonio, che aveva un suo equilibrio complessivo, è stato perturbato da un contributo aggiuntivo di carbonio (sotto forma di anidride carbonica). Estraeendo il carbonio dal sottosuolo, l'uomo ha invertito in soli 200 anni un processo naturale di seppellimento durato centinaia di milioni di anni. L'attuale anidride carbonica aggiuntiva che abbiamo immesso in atmosfera ha aumentato l'effetto serra naturale (180 watt/m²) di un surplus energetico lordo di circa 5 watt/m² e netto di quasi 2 watt/m². Il cambiamento del clima è riferito a questo surplus di energia che si è aggiunto all'effetto serra naturale.»

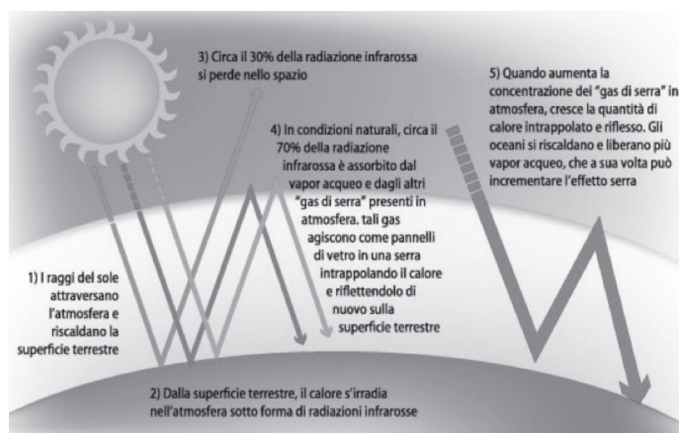
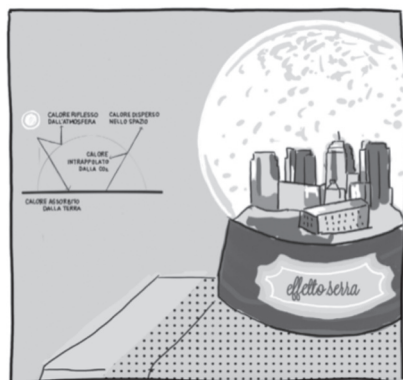
Sono chiamati "gas serra" quei gas presenti in atmosfera, che sono permeabili alla radiazione solare in entrata sulla Terra, ma riescono a trattenerne, in maniera consistente, la radiazione infrarossa emessa dalla superficie terrestre, dall'atmosfera e dalle nuvole. I "gas serra" possono essere di origine sia naturale che antropica, e assorbono ed emettono su specifiche lunghezze d'onda nello spettro della radiazione infrarossa. Questa loro proprietà causa il fenomeno noto come "effetto serra".

Vapore acqueo (H₂O), biossido di carbonio (anidride carbonica CO₂), protossido di azoto (N₂O), metano (CH₄) ed esafluoruro di zolfo (SF₆) sono i "gas serra" principali nell'atmosfera terrestre.

Oltre a questi gas di origine sia naturale che antropica, esiste un'ampia gamma di "gas serra" rilasciati in atmosfera di origine esclusivamente antropica, come gli alocarburi, tra i quali i più conosciuti sono i clorofluorocarburi (CFC), e molte altre molecole contenenti cloro e fluoro le cui emissioni sono regolamentate dal Protocollo di Montreal³.

2. Dirigente dell'Enea (Ente nazionale energia e ambiente), climatologo laureato in fisica dell'atmosfera. È stato direttore del progetto speciale clima globale dell'Enea.

3. Il protocollo di Montréal è un trattato internazionale volto a ridurre la produzione e l'uso di quelle sostanze che minacciano lo strato di ozono, firmato il 16 settembre 1987, entrato in vigore il 1° gennaio 1989 e sottoposto a successive revisioni.



Ricordiamo che il vapore d'acqua è presente in atmosfera in seguito all'evaporazione da mari, fiumi, laghi ecc., ma anche come prodotto delle varie combustioni. Il biossido di carbonio è rilasciato in atmosfera soprattutto quando vengono bruciati rifiuti solidi, combustibili fossili (olio, benzina, gas naturale e carbone), legno e prodotti derivati dal legno.

Il metano viene emesso durante la produzione e il trasporto di carbone, del gas naturale e dell'olio minerale.

Grandi emissioni di metano avvengono anche in seguito alla decomposizione della materia organica nelle discariche e alla normale attività biologica degli organismi superiori (soprattutto a opera dei quasi due miliardi di bovini presenti sulla terra).

Il protossido di azoto è emesso durante le attività agricole e industriali, nel corso della combustione dei rifiuti e dei combustibili fossili.

■ Rischi per tutti?

E noi, noi 7,3 miliardi di umani oggi presenti sulla Terra, che cosa rischiamo ora, se non si fa nulla?

Se non si controlla drasticamente l'emissione dei "gas serra" avremo quindi riscaldamento globale della bassa atmosfera e della superficie della Terra, con accelerazione

del ciclo dell'acqua nell'atmosfera e nel suolo e aumento del livello dei mari. Questi fenomeni avranno entità diversa nelle diverse zone del pianeta: per esempio il riscaldamento sarà maggiore nelle zone polari che nelle zone intertropicali, maggiore sui continenti che sul mare, maggiore d'inverno che d'estate, maggiore di notte che di giorno, ecc. Ai poli ci sarà quindi una riduzione dei ghiacci marini e, poiché il ghiaccio influenza gli scambi di calore con gli oceani, il riscaldamento nelle zone artiche e antartiche sarà assai importante.

L'aumento di temperatura ovviamente farà aumentare l'evaporazione e quindi la quantità di vapore acqueo presente in atmosfera: il ciclo dell'acqua verrà perciò intensificato e accelerato, le precipitazioni atmosferiche aumenteranno. Questo aumento sarà più significativo alle alte latitudini e nella fascia intertropicale, sia in inverno che in estate, mentre alle medie latitudini le precipitazioni aumenteranno solo nei mesi invernali. A livello locale potranno aumentare gli eventi di siccità e/o alluvioni, mentre in altre zone potranno diminuire. Le piogge violente saranno più numerose. Sempre secondo l' IPCC, attualmente non ci sono dati sufficienti per sapere se alluvioni, inondazioni, uragani e cicloni tropicali aumenteranno oppure cambieranno soltanto la distribuzione geografica. È evidente che forti inondazioni, unendosi agli effetti della troppo frequente cattiva gestione dei territori e dei suoli, potranno causare ingenti disastri con perdite umane, danni ai raccolti agricoli, desertificazione dei suoli, danneggiamento delle risorse idriche. Situazioni di questo tipo stanno purtroppo diventando sempre più frequenti anche nel nostro Paese.

Lo scioglimento dei ghiacci farà aumentare il livello del mare: secondo le previsioni più pessimistiche, potrebbe alzarsi fino a quasi un metro di altezza rispetto ad oggi; secondo le più ottimistiche si alzerà soltanto di 10-20 cm, un valore che comporterebbe effetti di entità ridotta anche se non trascurabile per gli abitanti delle aree costiere di tutto il pianeta.

Una sintesi di quanto si rischia ce la dà ancora Hans Bruyninckx nella citata pubblicazione:

«Anche se non ne siamo pienamente consapevoli, il cambiamento climatico riguarda tutti noi: agricoltori, pescatori, persone affette da asma, bambini, abitanti delle aree urbane, appassionati di piste da sci e di spiagge... Eventi climatici estremi quali alluvioni e mareggiate possono devastare comunità grandi e piccole, regioni e persino interi Paesi. Inoltre, le ondate di calore possono contribuire a peggiorare l'inquinamento atmosferico, causando l'aggravarsi di patologie cardiovascolari e respiratorie e, in alcuni casi, la morte delle persone più vulnerabili. Il riscaldamento degli oceani rischia poi di metter e a repentaglio l'equilibrio dell'intera catena alimentare e, di conseguenza, della flora e della fauna marina, sovraccaricando ulteriormente le riserve ittiche già sottoposte a sfruttamento intensivo. L'innalzarsi delle temperature può alterare anche la capacità di stoccaggio del carbonio del suolo, il secondo serbatoio di stoccaggio del carbonio dopo gli oceani. Infine, le ondate di siccità e l'aumento delle temperature possono avere un serio impatto sulla produzione agricola, innescando una vera e propria gara tra diversi settori dell'economia per accaparrarsi risorse preziose quali l'acqua e il suolo.»

■ Che cosa bisogna fare?

Tuttavia, secondo la stragrande maggioranza degli scienziati, contenere l'aumento di temperatura entro il valore medio di 2°C farà sì che gli effetti dei cambiamenti climatici medi complessivi siano più contenuti e per lo più reversibili.

Approfittiamo ancora di Vincenzo Ferrara per citare la sua risposta alla domanda fondamentale «Come possiamo limitare i danni che provochiamo al pianeta?»
«Facendo in modo che le emissioni globali di anidride carbonica e degli altri gas serra (metano, protossido di azoto ed altri) sia uguale o inferiore agli assorbimenti globali di anidride carbonica e degli altri gas serra, in modo da riportare in equilibrio il ciclo del carbonio (e gli altri cicli) ed eliminare l'accumulo di gas serra in atmosfera. Attualmente il sistema climatico globale è in grado di assorbire (attraverso gli oceani e la biosfera) circa 10-12 miliardi di tonnellate di anidride carbonica equivalente per anno. Invece, le emissioni globali di anidride carbonica equivalente sono superiori ai 30 miliardi di tonnellate per anno. Di qui la necessità di ridurre le emissioni entro i valori sostenibili dalla capacità ricettive di assorbimento naturale da parte del nostro pianeta (10-12 miliardi di tonnellate per anno).»

■ Decisioni politiche per contenere i danni: due recenti eventi mondiali

Parigi, 12 dicembre 2015, Conferenza sul clima.

Dopo dodici giorni e dodici notti di negoziati, le delegazioni di centonovantasei Paesi che hanno partecipato alla sessione annuale della COP 21 (21ª Conferenza delle Parti della Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici) hanno approvato un documento di accordo sul clima, che tuttavia, per entrare in vigore nel 2020, dovrà essere ratificato da almeno cinquantacinque Paesi che rappresentano complessivamente il 55% delle emissioni mondiali di "gas serra".

L'accordo indica una strada (ridurre le emissioni) e prevede finanziamenti e sostegno tecnologico per i Paesi in via di sviluppo e per le economie più deboli.

Molti scienziati tuttavia, pur riconoscendo l'importanza del lavoro fatto a Parigi, lamentano la mancanza di un sistema di regole stringenti.

New York, 22 aprile 2016, ratifica degli accordi di Parigi nella Giornata Mondiale della Terra.

Nella sede dell'ONU centosettantuno Paesi ratificano l'accordo sul clima di Parigi. Presenti, per la firma, anche cinquanta circa tra capi di stato e di governo, tra cui, per l'Italia, il presidente del consiglio Matteo Renzi. L'intesa che prevede tra l'altro di limitare l'aumento della temperatura globale al di sotto dei due gradi centigradi entrerà in vigore trenta giorni dopo l'avvenuta sottoscrizione da parte di cinquantacinque Paesi che rappresentano il 55% delle emissioni mondiali di "gas serra". Ci sarà davvero finalmente un consenso globale? Pare di sì, visto che ha aderito praticamente tutto il mondo, compresi i quattro più grandi inquinatori: oltre all'Europa, anche la Cina, l'India e gli Stati Uniti si sono impegnati a tagliare le emissioni.

L'impegno dei firmatari:

- mantenere l'aumento della temperatura entro i 2°. Contenere l'aumento della temperatura ben al di sotto dei 2°, sforzandosi di fermarsi a +1,5°. Per centrare l'obiettivo, le emissioni devono cominciare a calare dal 2020.
- Effettuare controlli ogni cinque anni, rivedendo via via gli obiettivi. Già nel 2018 si chiederà agli stati di aumentare i tagli delle emissioni, così da arrivare pronti al 2020. Il primo controllo quinquennale sarà quindi nel 2023.
- Destinare fondi per l'energia pulita. I Paesi di vecchia industrializzazione erogheranno cento miliardi all'anno (dal 2020) per diffondere in tutto il mondo le tec-

- nologie verdi e decarbonizzare l'economia. Un nuovo obiettivo finanziario sarà fissato al più tardi nel 2025. Potranno contribuire anche fondi e investitori privati.
- Sostenere con rimborsi ai Paesi più esposti. L'accordo dà il via a un meccanismo di rimborsi per compensare le perdite finanziarie causate dai cambiamenti climatici nei Paesi più vulnerabili geograficamente, che spesso sono anche i più poveri.

■ Perché parlarne a scuola

Perché è un problema di grande attualità, che investe tutti i cittadini, che ha ripercussioni fisiche, sanitarie, sociali, economiche, politiche...

Perché lo studio del clima è un argomento fondamentale e trasversale, che fa riferimento a molte discipline di studio, e per questo si presta a sostenere Unità di Apprendimento finalizzate a promuovere molteplici competenze disciplinari e di cittadinanza.

Perché coinvolge scienze della Terra, biologia, fisica, chimica, astronomia, geografia, storia, discipline giuridico-economiche, lingue straniere, anche per sapere cosa dicono gli altri, matematica per leggere, confrontare, interpretare, rappresentare dati, che tutte insieme concorrono a comporre un quadro di elevata complessità, e comprendere la complessità è comprendere il mondo in cui si vive. Capire che i sistemi complessi non sono riconducibili alle proprietà delle singole componenti né alla loro semplice somma, ma sono la risultante di una organizzazione in cui tutte le parti si relazionano le une alle altre, in cui quello che avviene in un punto del sistema si ripercuote su tutto il sistema, aiuta a dubitare con saggezza, a capire quello che accade e quello che è accaduto, a pensare a quello che potrebbe accadere, a scegliere, a difendersi dall'overdose di informazione scorretta.

Come scrive Edgar Morin (n.1921), filosofo e maestro di pensiero, nel suo *Insegnare a vivere Manifesto per cambiare l'educazione*, 2015.

«La tappa delle scuole secondarie dovrebbe essere quella del collegamento delle conoscenze, della fecondazione della cultura generale, dell'incontro fra la cultura umanistica e la cultura scientifica, della fecondazione reciproca dello spirito scientifico e dello spirito filosofico; il tempo della riflessività sulla scienza, sulla sua condizione nel mondo contemporaneo.»

■ I ragazzi non si tirano indietro

Sull'argomento si trova ogni genere di documentazione, in Rete oltre che in cartaceo. Radio e TV dedicano con frequenza al problema servizi, documentari, cronache, tanto che non poche persone manifestano una certa insofferenza. Vuol dire, dice qualcuno, che ci vestiremo più leggeri... noi però siamo convinti che sia davvero una leggerezza liquidare in questo modo una questione di così vasta portata.

A scuola sarà bene far mente locale, promuovendo una conoscenza corretta del problema e un dibattito sereno tra gli studenti.

Per quanto riguarda la corretta conoscenza, non possiamo certo far concorrenza ai potenti mezzi di informazione citati, e ci siamo limitati ad alcuni punti fondamentali, suggerendo luoghi di documentazione. Il dibattito poi, fondato sulla correttezza dell'informazione e sul coinvolgimento personale degli allievi, non potrà che essere positivo e ricco.

Convinti come siamo che ogni percorso didattico debba partire da pensieri e saperi

dei ragazzi, abbiamo proposto, nel marzo del 2016, un semplice questionario a studenti di seconda Liceo scientifico, con la collaborazione preziosa della prof. Marina Porta, docente di scienze naturali presso il Liceo Banfi di Vimercate e docente presso l'Università di Milano.

Il questionario e le risposte:

1. Ti ritieni informato/a sui cambiamenti climatici in atto?

☐ Abbastanza	60%
☐ Solo un po'	36%
☐ Per niente	4,5%

2. La temperatura del nostro pianeta in questo periodo:

☐ aumenta	100%
☐ diminuisce	0

3. Per quanto ne sai, pensi che i cambiamenti climatici in atto saranno pericolosi per l'umanità?

☐ Non ne so nulla	0
☐ Non credo ci siano veri pericoli	29%
☐ Penso che siano molto pericolosi	71 %

4. Scegli due o tre affermazioni più vicine al tuo pensiero riguardo ai cambiamenti climatici:

☐ le cose sono sempre cambiate, cambieranno ancora ma non me ne preoccupo	18%
☐ è una questione che riguarda i governi	18%
☐ noi non possiamo farci nulla	0
☐ si prospettano vere catastrofi	31,8%
☐ ciascuno di noi deve cambiare i suoi comportamenti se si vuole che le cose non peggiorino	81,8 %
☐ mi sembra che i rischi vengano sopravvalutati	27%
☐ non so proprio che cosa possa fare un comune cittadino	0
☐ credo che ciascuno possa fare la sua parte	68%
☐ è un problema che non mi tocca	9%
☐ tutti i giorni ne inventano una nuova	13,6%

Non abbiamo pretese statistiche, data la limitatezza del campione, ma il risultato ci sembra interessante: nessuno dei giovani studenti ignora il problema, e la stragrande maggioranza pensa di poter fare qualcosa a livello personale. Magari con un po' di enfasi, ma anche con molta soddisfazione, possiamo riconoscere ai ragazzi consapevolezza e responsabilità, due virtù, e, per dirla in linguaggio scolastico, competenze di cittadinanza, che troppo spesso non si vogliono riconoscere ai giovani.

■ E ciascuno di noi?

Come abbiamo visto nel nostro mini-sondaggio, i ragazzi sanno e sono sensibili al problema e, soprattutto, sono consapevoli e convinti di poter fare qualcosa.

Ciascuno di noi infatti, nel suo vivere quotidiano, può fare molto. La chiave per contribuire alla riduzione delle emissioni di “gas serra” sta nell’uso consapevole di energia, che porta a una riduzione dell’emissione di “gas serra”.

Nelle precedenti pubblicazioni dell’Osservatorio abbiamo parlato spesso dell’efficienza energetica, che rappresenta la capacità di un sistema (per esempio un’abitazione, un orto, un’azienda... un intero Paese) di sfruttare al meglio l’energia che gli viene fornita per soddisfare il suo fabbisogno, per ottenere il risultato voluto. Efficienza è riuscire a raggiungere uno stesso risultato con sistemi che consumano meglio l’energia.

Non sarà difficile discutere dei comportamenti utili a diminuire l’impatto di ciascuno di noi sul clima, un impatto minuscolo, certo, potremmo dire molecolare, ma anche il mare è fatto di molecole...

In Rete troviamo moltissimi “consigli” e veri e propri decaloghi che suggeriscono possibili interventi sul vivere quotidiano⁴.

Nel complesso si va da un’attenzione particolare all’acquisto di elettrodomestici con il marchio del risparmio energetico, all’uso di lampadine a fluorescenza compatta (CFL, *Compact fluorescent lamp*) allo spegnimento delle spie *led*, all’installazione di pannelli solari termici e fotovoltaici, fino ad azioni minute come il lavare in lavatrice a basse temperature (oltretutto con pulizia egualmente eccellente e salvaguardia dei tessuti), il fare la doccia invece del bagno, il tenere il coperchio sulle pentole. In primo piano l’isolamento termico delle case e il mantenere temperature domestiche non superiori ai 20° a tutto vantaggio della salute. Per quanto riguarda i cibi, il consiglio è di mangiare meno carne (secondo la FAO⁵ l’allevamento del bestiame è responsabile di circa il 18 % delle emissioni totali di “gas serra”) e di usare cibi di stagione e possibilmente a “chilometro zero”, evitando trasporti costosi dal punto di vista del consumo energetico e quindi delle emissioni.

Riguardo ai trasporti, poi, è scontato l’invito a far uso di mezzi pubblici, quando possibile, di veicoli elettrici e comunque a basse emissioni e naturalmente, sempre quando possibile, delle... gambe, a piedi o in bicicletta.

Chiudiamo la nostra chiacchierata riportando qui, per la sua simpatica semplicità, il decalogo di “M’illumino di meno”, campagna radiofonica lanciata e sostenuta dalla popolare trasmissione di Rai 2 *Caterpillar*:

- spegnere le luci quando non servono;
- spegnere e non lasciare in *stand by* gli apparecchi elettronici;
- sbrinare frequentemente il frigorifero; tenere la serpentina pulita e distanziata dal muro in modo che possa circolare l’aria;
- mettere il coperchio sulle pentole quando si vuole far bollire l’acqua ed evitare sempre che la fiamma sia più ampia del fondo della pentola;

4. <http://caterpillar.blog.rai.it/milluminodimeno/decalogo/>

http://www.cittametropolitana.mi.it/export/export_14032014/doc_energia_convegno_calorefficienza_decalogo_calorefficienza_2009.pdf

<http://www.greenstyle.it/eco-cucina-le-regole-per-risparmiare-energia-dal-wwf-129519.html>

5. Organizzazione delle Nazioni Unite per l’alimentazione e l’agricoltura.

- se si ha troppo caldo abbassare i termosifoni invece di aprire le finestre;
- ridurre gli spifferi degli infissi riempiendoli di materiale che non lascia passare aria;
- utilizzare le tende per creare intercapedini davanti ai vetri, gli infissi, le porte esterne;
- non lasciare tende chiuse davanti ai termosifoni;
- inserire apposite pellicole isolanti e riflettenti tra i muri esterni e i termosifoni;
- utilizzare l'automobile il meno possibile, condividerla con chi fa lo stesso tragitto. Utilizzare la bicicletta per gli spostamenti in città.

■ E poi non dimentichiamo la fotosintesi

L'eccesso di biossido di carbonio, si sa, si combatte non solo riducendo le emissioni, ma anche favorendo la diffusione di chi il biossido di carbonio se lo mangia: tutti gli organismi che utilizzano la fotosintesi, piante verdi, alghe e microalghe... e qui si apre un vasto discorso sulla deforestazione e anche sullo straordinario processo della fotosintesi, che gli insegnanti ben conoscono e che non mancheranno di proporre ai loro studenti.

Iniziativa speciale Educare alla conoscenza del giornalismo televisivo

**Promossa in collaborazione con
Rai**

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con Rai, realizza, per l'anno scolastico 2016-2017, la quarta edizione dell'iniziativa speciale "Educare alla conoscenza del giornalismo televisivo", rivolta a tutti i docenti e agli studenti delle classi che partecipano al progetto "Il Quotidiano in Classe".

Questa collaborazione nasce del comune intento di promuovere nella scuola un progetto dedicato alla cultura dell'informazione di qualità, che insegni ai ragazzi a riconoscerla indipendentemente dai mezzi che la veicolano. La scuola oggi è chiamata a educare le giovani generazioni, ma educare non è solo didattica o solo tecnica, né solo dare regole e dire cosa è giusto o cosa non lo è; educare è rispondere alla domanda di senso che nasce da un incontro con la realtà. Una realtà che sembra essere sempre più complessa e sempre più difficile da conoscere, da capire, da valutare.

L'obiettivo dell'iniziativa speciale sperimentale è quello di offrire, alle classi iscritte, la possibilità di vivere una nuova tipologia di lezione in grado di mettere a confronto l'informazione cartacea e quella televisiva.

Infatti gli alunni sono invitati a utilizzare la sera il telegiornale e la mattina dopo i quotidiani, così da completare la lezione e il percorso di apprendimento in modo più libero e con l'utilizzo anche di un media più emozionale come la TV.

Grazie all'ampliamento dell'offerta informativa i ragazzi hanno così la possibilità di confrontare modi e forme differenti di fare giornalismo – dal giornalismo locale a quello nazionale, dall'informazione cartacea a quella televisiva – e di riflettere su come si fa il giornalismo in TV e su come cambia il giornalismo televisivo rispetto a quello dei quotidiani, su come si legge una notizia per immagini e come si danno le notizie in video.

Si compie così un confronto quotidiano tra giornali e telegiornale con al centro i giovani, reso più completo dai materiali formativi dedicati a questa attività, messi a punto per l'occasione e pensati per sostenere i docenti in questa sfida.

Scheda

Educare al gusto dell'informazione di qualità attraverso il servizio pubblico

di Giulio Tosone

Pedagogista, Formatore e MediaEducator

Da ormai tre anni l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, realizza, in collaborazione con la Rai, una iniziativa speciale sull'educazione all'informazione di qualità attraverso il ruolo del servizio pubblico, per gli insegnanti e gli studenti delle classi che partecipano al progetto "Il Quotidiano in Classe". Proviamo qui a fare il punto della strada percorsa in questi tre anni e a lanciare uno sguardo sulla proposta che trovate *on line* per l'anno scolastico 2016-2017.

Ci facciamo aiutare da quattro passaggi che evidenziamo nel titolo di questa scheda: "educare" al "gusto" dell'"informazione di qualità" attraverso il "servizio pubblico".

■ Educare innanzi tutto...

Partiamo dalla parola "educare", non perché è la prima della frase, ma perché è la base su cui costruire questo percorso se lo si vuole rendere sensato. In questa parola ci sono le fondamenta di tutto il lavoro che facciamo e potremo fare. Partiamo proprio da questa parola per ricordarci (per primo chi scrive) una cosa che non possiamo dare per scontata: tutto il lavoro di approfondimento di queste schede non è fine a se stesso, non si tratta di dare sfogo a un puro piacere di approfondire le logiche dei media e di esplorare la smisurata complessità del tema. La finalità è sempre quella di fornire strumenti utili a chi tutti i giorni affianca i ragazzi e si assume il non facile compito di accompagnarli nella crescita. Man mano che si lavora coi media – così come in altri campi del sapere – ci si accorge che ci sono sempre in agguato due tentazioni: da una parte quella di lasciarsi prendere dal tecnicismo (di sviscerare l'argomento come se si trattasse di una pubblicazione specialistica frutto della ricerca universitaria) e – diametralmente opposta – quella di semplificare troppo (perché tanto è per la scuola). Ricordarci subito che tutto il lavoro che facciamo (quello di chi elabora le schede e quello di chi le sfrutta per il lavoro in classe) è pensato per i ragazzi, che ha al centro i ragazzi, ci aiuta nel cercare di volta in volta il corretto punto di equilibrio tra queste due derive.

Altro aspetto da tenere presente – e chi ha provato a lavorare coi media e sui media se ne sarà accorto – è che la *media education* (perché è in questo campo disciplinare che ci muoviamo) è sempre in "bassa risoluzione", nel senso che non abbiamo le risorse (tempi, soldi, strumentazioni ecc.) che normalmente utilizzano i professionisti dei media, ma, a pensarci bene, nemmeno ci servono. Possiamo pensare, tanto per capirci, all'esperienza – proposta un paio di anni fa – di ricostruire in classe un Tg. Gli strumenti tecnici (luci, videocamere, microfoni ecc.) che abbiamo a disposizione non sono comparabili con quelli dei professionisti e anche il nostro prodotto finale non potrà avere la stessa qualità di un Tg confezionato da professionisti. Ma nel nostro lavoro coi ragazzi, tra prodotto e processo, quello che conta di più è il secondo. Il prodotto (che comunque deve essere dignitoso e realizzato al meglio delle proprie possibilità) è poco più che una "scusa" per

esplorare il processo di creazione, per avere l'occasione di smontare e rimontare qualcosa che normalmente sono abituati a fruire passivamente.

In fondo la didattica comporta sempre una parte di finzione e di semplificazione. Ma – detto questo – ricordiamoci anche che semplificare non vuol dire banalizzare. Anzi, per poter effettuare solo le semplificazioni strettamente necessarie a trasformare una attività reale (mantenendo come esempio la produzione del Tg) in una attività didattica, dobbiamo noi adulti prepararci ancora di più per essere sicuri di individuare i passaggi chiave che sono imprescindibili e i termini che è importante abituarci a usare per far sì che – quasi di riflesso – anche i ragazzi si abituino alla terminologia più corretta (sapendo che spesso usare un termine corretto è segno di competenza e di ordine mentale).

■ Per una informazione di qualità.

Siamo tutti consapevoli della complessità del mondo in cui si muovono i ragazzi. E noi adulti (a differenza dei ragazzi) ci rendiamo conto anche della velocità con cui questo mondo si evolve. Fissiamo tre date utili come pietre miliari: nel gennaio 1954 inizia la programmazione ufficiale della Rai, nel novembre 1961 nasce il secondo programma (quello che per noi oggi è Rai2), nel dicembre 1979 hanno inizio le trasmissioni regolari di Rai3. In poco più di sessant'anni siamo passati dalle prime televisioni in bianco e nero con un solo canale alla moltitudine attuale di mezzi di comunicazione che ci riversano ogni istante informazioni in tempo reale su ogni avvenimento in ogni angolo del globo. Inoltre non sono più solo i professionisti a fornirci informazioni, ma ogni utente – nelle logiche del web 2.0 – è invitato a essere anche produttore attivo di contenuti mediali. In questo diluvio di informazioni di ogni tipo e qualità diventa allora evidente l'importanza non solo di aiutare i ragazzi a familiarizzare con i due grandi canali di informazione (quello che si è fatto in questi anni con “il Quotidiano in Classe” e più di recente con questo progetto) ma aiutarli, lavorando su questi mezzi, a imparare a riconoscere l'informazione di qualità perché, una volta appresa questa abilità, una volta che si sono abituati a esercitare questa capacità di selezione, possano essere pronti a usarla in ogni situazione anche con l'informazione che raccolgono in Rete.

■ L'importanza di sviluppare un gusto

E se vogliamo aiutare veramente i ragazzi non possiamo limitarci a fornire degli strumenti “tecnici” per discernere l'informazione di qualità.

Tutto è più chiaro se pensiamo a come ci comportiamo col cibo. Quello che realmente ci spinge a scegliere un cibo piuttosto che un altro spesso è il nostro gusto. Razionalmente possiamo anche essere convinti che mangiare con poco sale sia salutare, ma se siamo abituati a una cucina molto salata istintivamente sceglieremo cibi più sapidi. Questa, però, è solo una mezza verità. L'altra parte di verità è che il gusto non è innato, si è strutturato e si può modificare nel tempo.

Lo stesso vale per il rapporto che i nostri ragazzi hanno con l'informazione. Non basta – anche se già è un gran lavoro – farli riflettere sull'informazione di qualità. Il nostro compito di accompagnatori all'inizio è simile a quello del genitore nello svezamento: far assaggiare tanti prodotti diversi (ma tutti di qualità) per offrire delle possibilità alla creazione del gusto. Ma la vera sfida sarà poi aiutarli a

sviluppare il loro “gusto” mediatico. Se i ragazzi hanno occasione di frequentare programmi di qualità riusciranno a crearsi un “gusto” esigente che li porterà a ricercare sempre (anche quando non ci siamo noi a stimolarli) informazioni di qualità.

■ Servizio pubblico vuol dire...

Accennavamo poco sopra all'importanza dell'uso di termini precisi e corretti per non creare o aumentare la confusione. Ci accorgiamo di questo riflettendo su cosa vuol dire servizio pubblico radiotelevisivo.

Per molti di noi è scontato che la Rai sia “la televisione pubblica”, in fondo – ripreschiamo le informazioni in qualche cassetto della memoria – la Rai è nata proprio per questo scopo. Eppure, con le modifiche normative che si sono succedute, la Rai non è più la televisione pubblica in quanto tale. La definizione corretta la ritroviamo nella legge 112 del 3 maggio 2004 (la cosiddetta “Legge Gasparri”) che al primo comma dell'articolo 20 recita «La concessione del servizio pubblico generale radiotelevisivo è affidata, per la durata di dodici anni dalla data di entrata in vigore della presente legge, alla RAI-Radiotelevisione italiana Spa».

Leggendo attentamente abbiamo capito che c'è un servizio pubblico e c'è una società (che potrebbe anche essere privata) a cui è affidato. Se volete fare un esercizio interessante, seguite con attenzione i dibattiti o le interviste ai personaggi della politica quando si parla di questi temi per verificare quanta confusione c'è e viene riversata su chi segue.

Nostro compito è fare ordine, fornire le categorie corrette (che spesso dobbiamo trovare noi a fatica) per organizzare e discernere la realtà. Avere chiara una definizione di servizio pubblico radiotelevisivo ci ricorda che non è il tipo di ente che eroga un servizio a renderlo pubblico. È anzi il contrario. È il servizio, con certe precise caratteristiche, che è di pubblica utilità, mentre chi (ente pubblico o privato) se ne carica è di secondaria importanza. E nel momento in cui una società accetta di fornire un servizio pubblico accetta anche una serie di vincoli. Per chi vuole approfondire questo aspetto è interessante la lettura del Testo unico della radiotelevisione (Dlgs 177/2005).

E, infine, una battuta sul ruolo culturale del servizio pubblico. Forse pensando a una TV pubblica che sia veicolo di comunicazione culturale, ci sono venuti in mente opere liriche, spettacoli teatrali e programmi scientifici. In questo caso la prima riflessione è che l'esplosione di canali che si è avuta con il digitale terrestre può essere un grande aiuto. Più canali vuol dire potenzialmente molti programmi diversi trasmessi nello stesso tempo, quindi la possibilità di variare molto l'offerta formativa senza dover fare scelte spesso a scapito di un genere che ha meno appassionati. Tutte le trasmissioni di un canale come Rai Storia (giusto per fare un esempio) senza il digitale terrestre finirebbero probabilmente in una fascia oraria da nottambuli mentre così sono spalmate su un palinsesto giornaliero.

■ E adesso...

Allora eccoci a un nuovo giro di boa, a nuovi spunti utili per chi vuole iniziare a lavorare coi ragazzi anche sull'informazione del servizio radiotelevisivo o per chi ha già iniziato e vuole continuare. Innanzi tutto, in merito all'uso del video nella

didattica, dovremo chiederci se è solo un trucco per tenere buoni i ragazzi o se ci sono motivi più profondi per sceglierne l'utilizzo anche nella didattica. Proveremo poi a riflettere su come la didattica delle diverse discipline (in particolare italiano, storia e scienze) possa trarre vantaggio dall'utilizzo dei prodotti della televisione. Ci interrogheremo sui ragazzi che incontriamo tutti i giorni e sulle loro modalità di fruizione dei media. E infine, ma non meno importante, continueremo ad approfondire i temi dell'informazione e di come, in base a differenze e similitudini, integrare nella didattica televisione e carta stampata.

Iniziativa speciale Superare il cyberbullismo

Promossa in collaborazione con
**Fondazione Cassa
di Risparmio di
Padova e Rovigo**

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo nell'ambito di "Attivamente 2016-2017 – Le iniziative della Fondazione per la scuola", realizza, per l'anno scolastico 2016-2017, la terza edizione dell'Iniziativa speciale sull'educazione all'utilizzo consapevole del web per ridurre la vulnerabilità dei ragazzi sulla Rete.

L'iniziativa si rivolge alle province di Padova e Rovigo e vuole offrire ai partecipanti un nuovo cammino teso a formare cittadini sempre più attivi, responsabili, informati del proprio presente e padroni dei mezzi che hanno a disposizione. Il concetto su cui è importante aprire una riflessione nelle scuole ruota intorno al rispetto di sé e degli altri nell'epoca che stiamo vivendo. Il tema scelto per l'iniziativa è quello di come aiutare i giovani partendo dal bullismo "analogico" e giungendo al Cyberbullismo.

Il bullismo, che sia in Rete o "reale", si può affrontare ed eliminare solo comprendendone i meccanismi. Occorre inoltre promuovere un'alfabetizzazione morale ed emozionale nei ragazzi che valga nella vita di tutti i giorni, a scuola come in Rete.

Sul sito dell'Osservatorio sarà presentato il percorso che gli insegnanti saranno invitati a fare in classe, articolato in cinque lezioni: per ognuna di queste sarà predisposta un'apposita scheda didattica, elaborata dal *pool* di formatori dell'Osservatorio, che affronterà il tema da un punto di vista differente e conterrà attività, spunti metodologici e didattici, bibliografie e sitografie utili.

L'offerta formativa sarà completata con un incontro per i docenti e studenti, che servirà per guidare gli insegnanti in questo compito così importante che li attende e per offrire un'occasione di confronto, con alcuni esperti, agli studenti coinvolti nella sperimentazione.

Scheda

Rischi in Rete e cyberbullismo: percorsi di intervento

di Ersilia Menesini, Giovanna Tambasco, Benedetta Emanuela Palladino, Annalaura Nocentini

Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia, Università degli Studi di Firenze.

EbiCo, Spin Off Universitario, Società Cooperativa Sociale-ONLUS

Novara, Maggio 2013. «Pensavano di essere spiritosi, non si rendevano conto che umiliandola su Facebook la stavano uccidendo. Carolina Picchio, 14 anni, la sera del 5 gennaio scorso ha deciso di lasciarsi cadere dal terzo piano di casa perché stanca di essere derisa dal gruppo di amici che qualche settimana prima aveva postato un filmato che la ritraeva ubriaca e in loro totale balia. (Repubblica, 25 Maggio 2013)».

Genova, Novembre, 2015. «Due ragazzini di 16 e 17 anni sono stati denunciati dalla polizia postale per avere ingiuriato, calunniato e molestato una compagna di scuola su una chat di una piattaforma digitale. Nel mirino un'amichetta presa in giro per settimane perché sovrappeso. Alla fine la vittima dei due cyberbulli non aveva più il coraggio di uscire di casa per paura di essere derisa dai compagni iscritti al social network (Repubblica, 24 Novembre 2015)».

Quelli citati sono solo alcuni esempi di come il mondo virtuale, pur rappresentando un'enorme opportunità di sviluppo e di crescita culturale e sociale, possa nascondere una serie di insidie e pericoli. Oggi è sempre più alto il livello di attenzione, sul piano nazionale e internazionale, rivolto all'uso delle nuove tecnologie, come gli *smartphone* e Internet.

Da indagini recenti sappiamo che anche nel nostro Paese c'è una forte disponibilità di tutte le nuove tecnologie tra i giovanissimi. Da una ricerca condotta su un campione di giovani italiani emerge che il 97% dei ragazzi possiede uno *smartphone*, il 56% lo usa per connettersi a Internet e il 25% dei ragazzi si collega dalle tre alle cinque ore al giorno (Skuola.net, 2014). Anche secondo le agenzie di osservazione europea (Net Children Go Mobile, 2014), il numero di bambini italiani che va *online* dal proprio telefono utilizzando piani di Internet mobile, è superiore alla media europea (24%). Il fatto che i ragazzi utilizzino frequentemente le ICT (Information and Communication Technology), o altrimenti dette TIC (Tecnologie dell'informazione e della comunicazione), non ci deve far pensare che necessariamente essi siano consapevoli di tutti i rischi che questo ambiente può comportare, né tantomeno che essi siano consapevoli delle migliori strategie da adottare per far sì che la loro "esperienza *online*" sia il più possibile sicura (Palladino et al., 2012.). I rischi che i ragazzi corrono *online* sono numerosi e spesso, gli adulti stessi, ne hanno solo una vaga percezione.

Tali pericoli possono essere classificati a partire dal ruolo assunto dall'utente nel web. Quando il bambino/ragazzo è destinatario di contenuti inappropriati si parla di rischio da *contenuto* (pornografia, razzismo, violenza); quando l'utente partecipa ad azioni pericolose iniziate da un adulto, di rischio da *contatto* (adescamento *online*, persuasione ideologica); infine, nel momento in cui il bambino/ragazzo è attore dell'azione nociva, sia perché è il perpetratore dell'azione sia perché ne è la vittima, di rischio da *condotta* (EU Kids Online, 2014; Net Children Go Mobile, 2014). Ed è proprio in quest'ultima categoria che ricade una delle più gravi manifestazioni

negative della Rete: l'uso della tecnologia per compiere atti di bullismo (Campbell, 2005), il cosiddetto *cyberbullismo*.

A livello internazionale, in una delle prime definizioni condivise, il cyberbullismo viene descritto come «un'azione aggressiva, intenzionale, agita da un individuo o da un gruppo di persone, usando mezzi elettronici, nei confronti di una vittima che non può difendersi facilmente» (Smith et al., 2008). Questa definizione riprende la definizione di «bullismo tradizionale» di Olweus (1993) dalla quale è possibile delineare i tre criteri essenziali per definire un comportamento aggressivo come bullismo, e per distinguerlo da altri episodi di aggressione: l'*intenzionalità*, la *ripetizione nel tempo* e lo *squilibrio di potere*. La definizione di cyberbullismo amplia la definizione del bullismo tradizionale aggiungendo il riferimento alle nuove tecnologie come veicolo delle aggressioni. Tuttavia, per comprendere la trama assunta dalle nuove forme di prevaricazione dobbiamo riflettere sui cambiamenti apportati dalle nuove tecnologie e sulle caratteristiche peculiari dei nuovi contesti comunicativi (Menesini, Nocentini, Palladino et al., 2012). Infatti, nonostante il cyberbullismo presenti elementi di continuità rispetto al bullismo tradizionale, esso mostra altrettanti elementi di novità che caratterizzano in maniera specifica il fenomeno e che derivano propriamente dalle modalità interattive mediate dalle nuove tecnologie. Gli elementi distintivi del cyberbullismo sono:

- l'*anonimato*, la vittima può non conoscere l'identità del suo persecutore;
- la *riproducibilità* e la *grande diffusione pubblica* delle informazioni (Slonje & Smith, 2008), spesso si verifica il coinvolgimento di un vasto pubblico e l'incapacità di rimuovere i contenuti dopo che questi sono stati condivisi *online* (Dooley, Pyzalski & Cross 2009; Menesini et al., 2012; Nocentini et al., 2010);
- la *distanza esistente tra il bullo e la vittima* che ha come importante conseguenza l'assenza di quel *feedback* espressivo tipico invece delle interazioni faccia a faccia. L'assenza di segnali visivi combinata con la comunicazione scritta può alterare e rendere meno consapevoli di ciò che si fa (Nicoletti & Galligani, 2009);
- l'*essere senza confini di spazio e di tempo*, la vittima può subire l'attacco del cyberbullo in ogni luogo e in ogni momento della sua giornata. Alcuni contributi italiani sul tema (Pisano & Saturno, 2008) hanno evidenziato il carattere continuativo e invasivo del cyberbullismo che può perseguire la vittima ventiquattr'ore su ventiquattro anche in contesti più protetti come la propria casa e la famiglia.

Dal momento che, dal mondo reale, ci spostiamo nella realtà virtuale i criteri sopra descritti come rilevanti per definire il bullismo "tradizionale" possono assumere un significato diverso. Infatti, analizzando quali criteri caratterizzassero la definizione di cyberbullismo (Menesini et al., 2012; Nocentini et al., 2010), è emerso che due elementi propri della definizione di bullismo sono particolarmente importanti anche in quella di cyberbullismo: il criterio d'intenzionalità – sapere se l'azione è fatta intenzionalmente per danneggiare la vittima – e il criterio dello squilibrio di potere declinato nella relazione tipica del contesto elettronico, quindi non determinato dalla forza fisica o dall'intimidazione psicologica, ma determinato dall'effetto devastante che l'azione ha sulla vittima che non riesce a difendersi. Al contrario, il criterio di ripetizione, fondamentale nella definizione di bullismo tradizionale, sembra non essere altrettanto importante nel definire un atto di cyberbullismo. Infatti, non è necessario che l'atto offensivo sia ripetuto dallo stesso aggressore nel tempo: una vasta platea di spettatori può amplificare l'effetto "valanga" dell'aggressione, con conseguenze ugualmente devastanti per la vittima (Menesini et al., 2012).

I risultati di una meta analisi (Garaigordobil, 2011) mostrano un'elevata diffusione del fenomeno in molti Paesi occidentali: circa il 40/50% dei ragazzi è coinvolto

nel ruolo di vittima o di persecutore. I risultati, emersi dalle ricerche che si sono interessate alle stime di prevalenza e incidenza di questo fenomeno, evidenziano come la situazione italiana sia in linea con il panorama internazionale in cui nelle scuole secondarie di primo e secondo grado il cyberbullismo è un fenomeno presente e già piuttosto diffuso: il 6% dei ragazzi ha sperimentato qualche forma di cyberbullismo (EU Kids Online, 2014; Net Children Go Mobile, 2014). In una ricerca condotta su un campione di adolescenti italiani, il 19,1 % dei ragazzi dichiara di esser stato vittima di episodi di cyberbullismo con riferimento agli ultimi tre mesi: di questi, ben l'8,9% sembra sperimentare forme gravi e durature di cybervittimizzazione (Palladino, Menesini, & Nocentini, 2015).

Le percentuali circa il coinvolgimento dei ragazzi meritano la nostra attenzione, soprattutto se consideriamo che la ricerca ha ormai chiaramente mostrato come il bullismo e il cyberbullismo possano essere dei fattori di rischio per il benessere psicologico e l'adattamento sociale del bambino e dell'adolescente. Da una recente meta analisi (Tofi et al., 2011) sappiamo che l'essere bullo è associato con comportamenti esternalizzati e delinquenziali, mentre la vittimizzazione è associata allo sviluppo di una generale sofferenza psicologica e a maggiori livelli di depressione e ansia (Arsenault, Bowes & Shakoor, 2010), al netto dei possibili sintomi psicologici precedenti e di altri fattori di rischio, genetici, familiari e sociali. In casi estremi l'esperienza di vittimizzazione può portare al suicidio (Kim & Leventhal, 2008). Gli esiti negativi inoltre si riconoscono anche sui cosiddetti "esterni" e sugli altri bambini e ragazzi della classe (Gini et al., 2008).

Considerando questi risultati, appare chiaro come sia urgente e necessario intervenire per cercare di arginare e prevenire i danni psicologici e sociali causati da questi fenomeni. La scuola è il contesto significativo per l'intervento e la figura dello psicologo all'interno della scuola è la figura di riferimento per coordinare gli sforzi di genitori, insegnanti e studenti nel contrasto a tali fenomeni (Sabella et al., 2013). Possiamo definire cinque aree di intervento in cui possiamo agire per far fronte al bullismo e al cyberbullismo:

1. *politica scolastica*: è utile pensare a una politica scolastica efficace e improntata su un atteggiamento di tolleranza zero verso qualsiasi forma di prepotenza *online* e *offline*. Aggiornare il regolamento di Istituto definendo apposite norme, sanzioni, procedure di segnalazione. Prevedere un programma di prevenzione del fenomeno e la valutazione annuale dell'efficacia del medesimo.
2. *Personale scolastico e genitori*: promuovere la consapevolezza e la conoscenza del bullismo e del cyberbullismo attraverso incontri di sensibilizzazione, corsi di formazione, seminari. È importante che docenti, personale ATA e genitori abbiano una chiara e condivisa definizione dei fenomeni, siano a conoscenza delle loro caratteristiche e delle strategie per rilevarlo e per contrastarlo.
3. *Studenti*: strutturare percorsi finalizzati alla consapevolezza delle conseguenze del bullismo e del cyberbullismo e all'acquisizione e alla promozione di competenze sociali fondamentali per prevenire e contrastare tali fenomeni.
4. *Programmi di aiuto tra pari*: implementare programmi che incoraggino gli studenti a educare e supportare i propri compagni a sentirsi responsabili se testimoni o osservatori di prepotenze nel contesto *online* e faccia a faccia. A questo riguardo, tra i programmi per la prevenzione del cyberbullismo, il gruppo di ricerca del Laboratorio di Studi Longitudinali del Dipartimento di Scienze della formazione e Psicologia dell'Università di Firenze, sotto la supervisione scientifica della Prof.ssa Ersilia Menesini, ha messo a punto un programma di prevenzione e contrasto al bullismo e al cyberbullismo ("NoTrap!") usando l'approccio della *peer education*

- (Menesini & Nocentini, 2011), investendo sulle potenzialità degli adolescenti, favorendo un processo che li porta a essere agenti di cambiamento nel gruppo classe.
5. *Risposta alle emergenze*: nel momento in cui ci sono bisogni e preoccupazioni specifiche delle vittime o di altri protagonisti degli episodi di prepotenza emersi, fornire un servizio di risposta professionale (Zambuto et al. 2014).

Altrettanto fondamentale è promuovere la consapevolezza nelle nuove generazioni degli strumenti per muoversi autonomamente e con maggiore sicurezza nel mondo di Internet e nell'uso delle nuove tecnologie. Infatti, la competenza digitale e le strategie per affrontare situazioni di rischio possono costituire un buon antidoto o uno scudo difensivo contro le prevaricazioni e gli attacchi *online*.

Infine è necessario e urgente che il nostro Paese si muova in un'ottica basata sull'evidenza scientifica, sia scegliendo modelli di intervento sistematici e accreditati, sia basando la pratica operativa su quelle componenti che sono risultate più chiaramente in grado di modificare la situazione (Menesini & Nocentini, 2015).

Bibliografia

- M. A. Campbell, *Cyber Bullying: An Old Problem in a New Guise?*, in «Australian Journal of Guidance and Counselling», 15(1), (2005), pp. 68-76.
- J. J. Dooley, J. Pyzalski & D. Cross, *Cyberbullying Versus Face-to-Face Bullying*, in «Zeitschrift Für Psychologie / Journal of Psychology», 217(4), (2009), pp. 182-188.
- M. Garaigordobil, *Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: Una revision*, in «International Journal of Psychology and Psychological Therapy», 11(2), (2011), pp. 233-254.
- G. Gini, T. Pozzoli, F. Francesco Borghi, L. Franzoni, *The role of bystanders in students' perception of bullying and sense of safety*, in «Journal of School Psychology», 46 (6), (2008), pp. 617-638, Pergamon.
- E. Menesini & A. Nocentini, *Peer education intervention: Face-to-face versus online*, in A. Costabile & B. Spears, *The impact of technology on relationships in educational settings*, 2012, pp.139-150. London: Routledge.
- E. Menesini, A. Nocentini & B. E. Palladino, *Empowering Students Against Bullying and Cyberbullying: Evaluation of an Italian Peer-led Model*, in «International Journal of Conflict and Violence», 6(2), (2012), pp. 313-320.
- E. Menesini, A. Nocentini, B. E. Palladino, A. Frisén, S. Berne, R. Ortega-Ruiz, P. K. Smith, *Cyberbullying definition among adolescents: a comparison across six European countries*, in «Cyberpsychology, Behavior and Social Networking», 15(9), (2012), pp. 455-63.
- E. Menesini & A. Nocentini, *Il bullismo a scuola. Come prevenirlo, come intervenire*, in «Psicologia e Scuola», xxxv, 40 (2015).
- S. Nicoletti & F. Galligani, *Psicopatologia dei comportamenti online e bullismo elettronico*, Carocci, Roma, 2009.
- A. Nocentini, J. Calmaestra, A. Schultze-Krumbholz, H. Scheithauer, R. Ortega & E. Menesini, *Cyberbullying: Labels, Behaviours and Definition in Three European Countries*, in «Australian Journal of Guidance and Counselling», 20(2), (2010), pp. 129-142.
- B. E. Palladino, A. Nocentini & E. Menesini, *Online and offline peer led models against bullying and cyberbullying*, in «Psicothema», 24, (2012), pp. 634-639.
- B. E. Palladino, A. Nocentini & E. Menesini, *Psychometric Properties of the Florence CyberBullying-CyberVictimization Scales*, in «Cyberpsychology, behavior, and social networking», 18(2), (2015), Mary Ann Liebert, Inc.
- L. Pisano, M. E. Saturno, *Le prepotenze che non terminano mai*, in «Psicologia Contemporanea», (210), Edizione Giunti, (2008), pp. 40-45.
- R. A. Sabella, J. W. Patchin & S. Hinduja, *Cyberbullying myths and realities*, in «Computers in Human Behavior», 29(6), (2013), pp. 2703-2711.
- R. Slonje & P. K. Smith, *Cyberbullying: another main type of bullying?*, in «Scandinavian Journal of Psychology», 49(2), (2008), pp. 147-54.
- P. K. Smith, J. Mahdavi, M. Carvalho, S. Fisher, S. Russell & N. Tippett, *Cyberbullying: its nature and impact in secondary school pupils*, in «Journal of Child Psychology and Psychiatry, and Allied Disciplines», 49(4), (2008), pp. 376-85.
- M. M. Ttofi, D. P. Farrington & F. Lösel, Editorial: Health consequences of school bullying, *Aggression, Conflict and Peace Research* 3(2), (2011)
- V. Zambuto, B. E. Palladino, E. Menesini, *“Noncadiamointrappola” un intervento Evidence-based di prevenzione del bullismo e del cyberbullismo a scuola*, in «Psicologia e Scuola», 32, (2014), pp. 43-50.

Iniziativa speciale Civico 2.0

Promossa in collaborazione con
**Fondazione Cassa
di Risparmio della
Spezia**

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio della Spezia, realizza, per l'anno scolastico 2016-2017, la terza edizione dell'iniziativa speciale "Civico 2.0", sull'educazione all'utilizzo nelle classi delle copie cartacee e digitali dei quotidiani.

L'iniziativa è rivolta alle scuole di La Spezia e provincia e ai comuni di Aulla, Villafranca, Fivizzano, Bagnone e Pontremoli, partecipanti al progetto "Il Quotidiano in Classe".

Si tratta di un'iniziativa sperimentale tesa a testare un nuovo modello formativo per il percorso di educazione alla cittadinanza, che preveda l'utilizzo in classe sia del mezzo cartaceo che di quello digitale. Tale iniziativa ben si colloca nel percorso intrapreso dall'Osservatorio per rispondere alla crescente domanda di digitalizzazione della didattica mossa dalle scuole.

Per la formazione degli insegnanti sono disponibili materiali formativi *on line* realizzati *ad hoc*, pensati per guidare i docenti nelle loro lezioni in classe con i quotidiani cartacei e digitali in sinergia.

Inoltre, per ciascuna edizione dell'iniziativa, sarà organizzato a La Spezia un incontro formativo per i docenti, nel corso del quale saranno date indicazioni importanti per la realizzazione delle lezioni in classe.

Le diverse forme di condivisione delle informazioni nei media digitali

di Carlo Sorrentino

Professore ordinario di Sociologia dei processi culturali presso l'Università degli Studi di Firenze

Capita sempre più spesso, soprattutto conversando con le persone più giovani, di ascoltare frasi del tipo “l’ho letto su Google”, oppure “l’ho visto su Facebook”.

Spesso in realtà ciò che si legge o si vede sono prodotti giornalistici realizzati dalle testate *mainstream*, che continuano a lavorare meritoriamente per darci un’informazione sempre più aggiornata. Ciò che cambia, invece, è il percorso che la notizia compie per arrivare dalla fonte a noi attraverso la mediazione giornalistica.

Mentre tradizionalmente l’esposizione all’informazione giornalistica è un’azione deliberata, che richiede dei gesti ben precisi:

- andare in edicola ad acquistare un quotidiano o un periodico;
- accendere la radio o la TV e sintonizzarsi su un notiziario oppure un programma d’approfondimento giornalistico.

Ormai da qualche anno accade che non siamo più noi a dover raggiungere le informazioni, ma siano loro a raggiungere noi, attraverso lo schermo del nostro *smartphone*, che si illumina per segnalarci la notifica dell’ultima ora di questa o quella notizia da parte di una delle tante *app* informative che abbiamo scaricato, oppure mentre – indaffarati a fare qualsiasi altra cosa in Rete – vediamo le bacheche dei nostri *social* aggiornarsi con nuovi post, in cui spesso a segnalarci l’ultima dichiarazione di un leader politico, oppure un fatto di cronaca rilevante, non è nemmeno il profilo *social* di una delle testate che abbiamo deciso di seguire, ma uno qualsiasi dei nostri amici che ci rigira – esortandoci a leggerlo o vederlo – un articolo o un video che ha tratto da qualcuno dei tantissimi luoghi informativi che abitano lo spazio globale della Rete.

Insomma, le testate giornaltistiche non sono più gli unici contenitori che “mettono in forma le informazioni”, non sono più gli unici a compiere quel lavoro di selezione e gerarchizzazione che connota da sempre il lavoro giornalistico. Quest’azione ordinatrice è compiuta in Rete da tanti, attraverso percorsi che spesso ignoriamo.

Pochissimi di noi, per esempio, conoscono la procedura – i famigerati algoritmi – attraverso cui i motori di ricerca o i *social* ci fanno accedere a un contenuto piuttosto che a un altro. Ancora meno sono coloro che riconoscono il *native advertising*, cioè quegli spazi informativi in cui arriviamo passando da un link all’altro, ma che contengono contenuti pubblicitari.

Dunque, la comunicazione digitale sta rendendo molto più denso il campo giornalistico. Ormai, dicono gli addetti ai lavori, le news sono una *commodity*, cioè qualcosa che ci arriva, che fruiamo quasi come se fosse naturale, come l’aria che respiriamo o i panorami che guardiamo durante una bella passeggiata. Ma questa stessa densità produce una serie di conseguenze di cui è bene essere consapevoli.

La frequenza, la casualità, la frammentarietà con cui ci arrivano i contenuti rischiano di banalizzare il processo d’assunzione delle informazioni. Le acquisiamo ma senza interrogarci più di tanto da dove arrivino, chi ce le abbia fornite. È questo uno degli elementi che – giustamente – maggiormente spaventa i giornalisti, una perdita

di legittimazione del loro operato, che pure diventa, invece, sempre più necessario e rilevante. Infatti, quanta più informazione circola, tanto più vi è bisogno di chi svolga un lavoro di mediazione, selezioni i contenuti e produca gli indispensabili approfondimenti, affinché se ne verifichi l'esattezza e la completezza.

Tutte le procedure specifiche del linguaggio giornalistico: l'impaginazione, la titolazione, la collocazione nel taglio alto oppure più in piccolo in basso; così come l'ordine d'esposizione in apertura o in chiusura di un Tg; così come la suddivisione in settori di specializzazione: la politica, la cronaca, lo sport, la cultura, sono marche di distinzione e riconoscibilità che servono non soltanto a dare evidenza, ma anche a inquadrare le notizie, farne cogliere l'importanza, collocarle in una sequenzialità temporale che funga anche da guida.

Ora, invece, ciascuno di noi è più solo davanti a questo fiume continuo d'informazioni, bisogna quindi che sia consapevole di come tale lavoro di contestualizzazione debba essere compiuto in proprio. Pertanto, diventa particolarmente necessaria una maggiore educazione ai media, che fornisca migliori conoscenze sui percorsi attraverso cui gli eventi si trasformano in notizia. La disintermediazione, cioè la possibilità d'accedere con maggiore immediatezza a questo grande fiume informativo, pone come indispensabile corollario che ognuno costruisca i suoi percorsi fiduciari. Le testate hanno a lungo garantito questa importante funzione, e ovviamente continuano a farlo, perché svolgono due compiti fondamentali:

- ordinare i contenuti e indicarne la rilevanza attribuita, oltre che la prospettiva con la quale tali contenuti sono presentati;
- garantire attraverso la propria reputazione.

Non è un caso se la maggior parte di noi abbia una testata prediletta, si sintonizzi principalmente su specifiche emittenti. Vuol dire che condivide e si fida del modo in cui quelle organizzazioni giornalistiche raccontano la realtà. Attraverso i processi descritti si costruisce un patto comunicativo basato sulla convinzione che quanto viene pubblicato sia credibile.

La frammentazione con cui ora siamo raggiunti dai contenuti richiede che questo lavoro di verifica sia compiuto direttamente da ciascuno di noi. Beninteso, ben presto nasceranno analoghi sistemi di legittimazione e di costruzione del percorso fiduciario. Se il paragone non sembra irriverente, proprio come sta accadendo con il commercio *online*. Inizialmente, siamo stati riluttanti perché l'impersonalità della Rete ci spaventava. Non soltanto non potevamo avere un contatto tattile, diretto con la merce, ma non fruivamo nemmeno della mediazione del negoziante. Per questo motivo i sistemi di vendita *online* hanno individuato dei processi di misurazione della credibilità di quanto offrono beni o servizi in Rete. Anzi, progressivamente, ci hanno permesso di entrare nella Rete di quanti esprimono le proprie preferenze. Oggi milioni di persone prenotano un albergo o frequentano un ristorante dopo averne valutato *online* la reputazione; anzi, si sentono poi in obbligo – anche perché vivamente esortati a farlo – di dire la loro, dopo aver fruito del bene o del servizio, perché così ripagano delle informazioni ricevute e partecipano attivamente a questo meccanismo di condivisione. Non a caso si parla di economia della condivisione. Accadrà, in realtà già sta accadendo, qualcosa di analogo anche per le informazioni: dovremo scovare giudizi su chi pubblica le informazioni, giudizi sulla sua legittimità a parlarne e sulla sua credibilità, che permetta di sapere come fare per approfondire, quali sono i siti e i professionisti – compreso *blogger* e *influencer* – riconosciuti come maggiormente attendibili.

La condivisione diventerà un processo ineludibile anche per le informazioni, sarebbe anzi auspicabile che quest'attivismo del pubblico definisse una nuova alleanza con i produttori di notizie, in modo da correggere eventuali errori o imprecisioni.

Come ricorda uno dei più noti studiosi di giornalismo – Jay Rosen – «il pubblico ne sa più di te giornalista sulla maggior parte delle cose... sono in molti di più e in più posti e ti aiutano a distribuire i tuoi articoli».

Una gestione maggiormente attiva dei processi di fruizione può scongiurare – o almeno attenuare – un altro pericolo insito in questo processo di fruizione puntiforme e frammentato delle informazioni: esporsi soltanto a ciò che maggiormente interessa, alle proprie passioni o ai propri hobby.

Beninteso, niente di male! Ognuno di noi ha sempre prediletto alcuni eventi, specifici temi; ma un'altra caratteristica delle testate giornalistiche, nella loro vivida funzione di contenitori onnicomprensivi di notizie, è proprio permetterci di avere informazioni su tutto ciò che è ritenuto di pubblico interesse. Casomai ci si ferma ai titoli, ma si ha una visione più completa dei vari argomenti. Analogamente, quando si segue un telegiornale, si può essere più o meno attenti, ma l'informazione copre anche fatti che ci sembrano meno rilevanti. Anzi, talvolta, proprio constatare come l'informazione giornalistica insista su certi eventi attira la nostra attenzione: valutiamo che se si ribadisce con tale forza e frequenza un tema, evidentemente deve avere un interesse forte per l'intera opinione pubblica e proprio per questo inizia a coinvolgere anche noi.

Se il contenitore diventa la nostra bacheca di Facebook o comunque i nostri percorsi di navigazione, il rischio è che si resti dentro un perimetro più circoscritto.

Anche in questo caso, l'educazione alla comunicazione digitale può sviluppare in tutti un incremento di curiosità: farci aprire anche a siti, a temi, a segnalazioni che riteniamo periferiche rispetto ai nostri interessi. Anzi, la logica aggregativa dei siti, che ha limiti di formato meno stringenti rispetto a una testata cartacea o televisiva, così come quella dialogica dei *social*, che si regge proprio sull'interazione fra i vari frequentatori del network, favoriscono una più larga condivisione. Così come si sarà notata una parola che ritorna nelle nostre considerazioni.

La facilità con cui si può passare da una pagina all'altra, da un sito all'altro, favoriti dall'ipertestualità dei link, può esortarci a navigazioni più aperte, che – come ricordato in precedenza – devono saper individuare porti e approdi sicuri, ma fornendoci la possibilità di spaziare come mai era accaduto in passato.

In conclusione, se cambiano i percorsi delle notizie e i processi attraverso cui ci esponiamo alle informazioni, che diventano più articolati e soprattutto più individualizzati, deve cambiare anche la nostra consapevolezza, permettendoci di orientarci verso nuove forme di condivisione dei contenuti e, soprattutto, di valutare la credibilità di coloro che ce li forniscono.

Iniziativa speciale Cittadini d'Europa

Promossa in collaborazione con
UBI Banca

Nell'anno scolastico 2016-2017, Osservatorio Permanente Giovani-Editori e UBI Banca realizzeranno insieme un percorso innovativo, un nuovo progetto in versione sperimentale, teso a formare cittadini sempre più attivi, responsabili, informati del proprio presente e padroni dei mezzi che hanno a disposizione.

Una nuova sfida coraggiosa che punterà a portare nelle classi, iscritte al progetto "Il Quotidiano in Classe", nelle province di Brescia, Bergamo, Varese, Torino e Genova, il tema dell'Europa: una vera cultura europea che non rimanga solo sulla carta, ma diventi reale esperienza comune di tutti i cittadini in Europa attraverso un percorso che sarà di incentivo ai ragazzi per il loro futuro e la loro formazione, sia personale che didattica.

Un percorso di educazione alla cittadinanza europea, che prevedrà l'utilizzo in classe del quotidiano, sia cartaceo che digitale, gestito in piena autonomia da parte dei docenti che potranno contare su un supporto didattico realizzato appositamente per loro: un aiuto mirato e ragionato realizzato grazie al *pool* di formatori dell'Osservatorio, che studierà un modello formativo *ad hoc* da introdurre nelle scuole, così da portare nelle aule moduli efficaci di formazione e informazione sull'Unione europea, sulle Istituzioni europee e sui valori fondamentali dell'Unione.

Per le scuole si tratterà di un'opportunità unica di testare un nuovo modello formativo nell'ambito del percorso di educazione alla cittadinanza attraverso una modalità sperimentale, innovativa e molto coerente con i bisogni attuali dei giovani.

Iniziativa speciale **Educare all'informazione in ambito alimentare**

Promossa in collaborazione con
Ferrero

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con Ferrero, realizza, per l'anno scolastico 2016-2017, la prima edizione dell'iniziativa speciale "Educare all'informazione in ambito alimentare", rivolta a tutti i docenti e agli studenti delle classi che partecipano al progetto "Il Quotidiano in Classe".

Questa collaborazione nasce con l'obiettivo di offrire alle classi spunti e *chiavi di lettura* utili a individuare contenuti – nel settore dell'informazione – relativi al tema dell'alimentazione e del benessere che siano affidabili e verificati scientificamente. Un nuovo cammino pensato per i giovani che rappresenti un'“occasione” di confronto, di studio e di dialogo e che, attraverso un percorso di formazione e di educazione realizzato *ad hoc*, favorisca l'individuazione di un nuovo modello di informazione e di comunicazione scientifica.

Attraverso questa nuova iniziativa, l'Osservatorio e Ferrero potranno contribuire a promuovere un percorso educativo dedicato alle scuole ma che vedrà coinvolti tutti gli attori principali che ruotano attorno al mondo dell'educazione alimentare. I docenti interessati a questa nuova iniziativa speciale avranno a disposizione gratuitamente materiali formativi pensati per supportare l'attività in aula e per aiutare gli studenti a condurre un lavoro di ricerca, selezione e confronto delle notizie; educandoli così a riconoscere contributi imparziali, accurati e chiari.

Scheda

Il ruolo dell'informazione nell'ambito alimentare e del benessere

Chiavi di lettura utili ai non addetti ai lavori per individuare contenuti affidabili e verificati scientificamente.

di Emanuele Cabini

Docente presso Alta Scuola per l'Ambiente – Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Alimentazione e benessere sono argomenti di grande interesse e fanno sempre notizia, soprattutto in Italia, patria della dieta mediterranea e del vivere bene. L'appetito del grande pubblico per questo tipo di informazioni è quasi insaziabile, infatti è difficile che un avvenimento legato al cibo non salga alla ribalta della cronaca – l'abbiamo visto recentemente anche con l'esposizione universale Milano Expo 2015, "Nutrire il pianeta. Energia per la vita!". Questo perché mangiare è un atto ricco di significati che va ben oltre il semplice soddisfacimento fisiologico: ciò che mangiamo e beviamo riguarda da vicino ognuno di noi e condiziona la nostra vita.

I cittadini europei sono costantemente bombardati da messaggi sull'alimentazione e sul benessere, anche se ancora troppo poco si conosce in merito al loro reale impatto, soprattutto sulle nuove generazioni che hanno ormai un accesso illimitato alle informazioni e che in casi estremi diventano vere e proprie nuove dipendenze (*information overload*), negativamente simili a quelle alimentari.

L'assorbimento quotidiano di informazioni è paragonabile a una dieta che deve essere equilibrata e nutriente. Consumare notizie è come consumare il cibo: ogni abuso diventa dannoso. Il problema è che l'attuale sovraccarico di informazioni rende difficile o impedisce la corretta selezione e un buon uso delle stesse.

Per questo motivo anche negli istituti scolastici sono sempre più intense e standardizzate le attività di educazione alimentare con lo scopo di promuovere nuovi stili di vita, sani e sostenibili. In questa missione di miglioramento continuo della salute pubblica tramite una corretta informazione/formazione, anche i docenti sono protagonisti a fianco degli esperti; questi ultimi, infatti, possono portare un contributo positivo e rimarcare quotidianamente il parere apportato solo saltuariamente a scuola dagli interventi diretti di medici, dietisti, ricercatori, tecnici.

Per i docenti trovare e portare contributi verificati nelle classi può essere difficile, ma esistono dei sistemi per selezionare e valutare se le informazioni fornite sono basate su dati scientifici. Rimane, però, una rilevante differenza tra fornire informazioni e creare conoscenza.

Sebbene la famiglia, gli amici e i libri siano importanti nel darci suggerimenti a riguardo, oggi le principali fonti di informazione sulla nutrizione sono i "nuovi media". Le centinaia di riviste, giornali, programmi televisivi e radiofonici e l'enorme varietà di siti web dedicati ad alimentazione e salute, forniscono informazioni in sovrabbondanza. In Rete, così come è possibile trovare facilmente fonti di informazioni affidabili attraverso un click, allo stesso tempo si trovano anche informazioni inesatte, troppo semplificate, decontestualizzate e persino del tutto false o comunque tendenziose, e questo anche perché gli algoritmi dei motori di ricerca non sono basati sui parametri di attendibilità delle notizie. Per l'enciclopedia Treccani (2016), la "bufala mediatica" è un'affermazione falsa e inverosimile.

Come difendersi? Accendendo il cervello, perché alcune di queste false notizie – che diventano virali in Rete – sono facili da individuare, altre sono semplici burle, altre ancora palesi assurdità. Spesso promosse come segreti inconfessabili, “scoop” che nessuno ha mai svelato, cure e diete miracolose che il governo nasconde, tra complotto e dietrologia. Ma, in molti casi, le falsità diffuse in maniera irresponsabile da persone poco informate (o spesso in mala fede) possono diventare pericolose e mettere a rischio la salute. Quando si parla di argomenti tecnici e scientifici, come alimentazione, benessere e medicina, scovare i falsi diventa molto più difficile. La verifica incrociata delle fonti continua a essere il metodo più efficace per valutare l’affidabilità delle notizie.

Un docente può provare a fare il giornalista ogni volta che riporta una notizia ai propri studenti. In seguito saranno forniti alcuni importanti accorgimenti, che possono aiutare docenti e studenti a verificare l’attendibilità dei risultati di una ricerca sul web. Lo scopo è acquisire un metodo e una maggiore dimestichezza e consapevolezza nell’uso delle informazioni disponibili in Rete.

■ Il *fact checking* – il controllo incrociato delle fonti

Quello che conta sono solo i fatti. Meglio puntare su contributi imparziali, accurati e chiari, senza mai abbassare la guardia durante una ricerca. Non conta la quantità, ma la sostanza: le informazioni offerte agli studenti devono essere vere, aggiornate e contestualizzate. Prima di decidere di credere a una notizia, anche se venduta da “esperti” del settore, è meglio controllare quanto sia attendibile. *Attendibile* significa che merita di essere presa in considerazione e degna di essere creduta (Treccani, 2016).

Una fonte attendibile diffonde la conoscenza nel modo giusto, mostra un’intrinseca qualità dei contenuti e il valore di chi li scrive. Un sito web attendibile è aggiornato con regolarità. È sempre opportuno, inoltre, verificare che l’informazione di nostro interesse sia presente almeno su altri due o tre siti per accertarne la veridicità. Date fiducia solo a quei mezzi e a quelle fonti che abbiamo dimostrato di meritarsela. Meglio scegliere sempre una fonte originaria. In quelle secondarie, riportate da qualcuno, è possibile riscontrare errori che minano non solo l’attendibilità del contenuto, ma anche la credibilità dell’autore stesso.

Uno dei *leitmotiv* di Wikipedia: “A volte è meglio non avere un’informazione che avere un’informazione senza una fonte”. Infatti, nella stessa enciclopedia aperta e gestita da editori volontari, sono ritenuti più utili e attendibili i link alle fonti bibliografiche che i contenuti stessi, queste sono riconosciute autorevoli dalla comunità accademica perché citano le case editrici più prestigiose, i siti web ufficiali e le testate giornalistiche di fama mondiale.

■ Evitare consigli e informazioni che si basano solo su un unico studio

Bisogna prendere informazioni da più fonti, sia generiche che specialistiche. Occorre valutare non solo i contributi imparziali ma anche quelli schierati, confrontarsi con opinioni divergenti cercando sempre anche notizie e commenti con cui non siamo d’accordo. Potrebbe essere utile analizzare quello in cui credono gli altri per scoprire quali sono le loro diverse fonti di informazione. Fondamentale è anche scavalcare le frontiere nazionali per consultare fonti “straniere”, così da rendersi conto dei diversi approcci propri di ciascuna nazionalità e cultura, soprattutto nel settore alimenta-

zione e benessere. È opportuno ricordarsi che la ricerca nel campo scientifico è in continua evoluzione, anche se i consigli della scienza su come adottare uno stile di vita sano, a differenza delle mode, non cambiano da un giorno all'altro. Essi devono necessariamente basarsi su un numero cospicuo di studi scientifici, condotti in modo rigoroso, ripetuti nel tempo su campioni diversi e, infine, esaminati, discussi e pubblicati in Rete da scienziati.

■ L'autorevolezza dell'autore

«Fate attenzione a chi sono i vostri fornitori, che siano di cibo, bevande o informazioni» (P. Laufer, 2011). L'autore deve essere sempre esplicito e riconoscibile. Chi ci mette la faccia tende a ponderare e verificare ciò che scrive perché ne va di mezzo la sua reputazione. Inoltre, deve avere un grado elevato di conoscenza e un'accertabile esperienza nell'ambito in cui scrive. Non deve convincere, ma informare in modo imparziale. Occorre farsi sempre delle domande in riferimento a chi si autodefinisce "esperto" o sembra un "tuttologo". Oggi ci sono strumenti molto semplici per verificare l'attendibilità di un autore (per es. Google e LinkedIn). È importante sapere per chi lavora l'autore e se ha dei pregiudizi o delle rigide posizioni sull'argomento trattato.

Tra i rischi, è facile imbattersi in chi sa solo gestire bene la propria immagine e confondersi tra i veri esperti contaminando il settore con contenuti poco affidabili. L'autorevolezza, ad esempio, si può scoprire nelle pagine "chi sono" e "biografia" dello stesso scrittore. Un autore dovrebbe indicare con precisione da dove ha ricavato le informazioni, per risalire con facilità alle fonti e poterne verificare l'attendibilità. Ma è comunque importante ricordare che non sempre l'autorevolezza dell'autore garantisce l'attendibilità della fonte, quindi è necessario controllare la validità di una tesi attraverso riconoscimenti e altre verifiche. Importante è verificare se nella pagina è presente un indirizzo e-mail, per chiedere direttamente all'autore ulteriori informazioni.

■ Diffidare dalle promesse rapide e gratuite

Importante è dare a una notizia il tempo di acquisire attendibilità; nella maggior parte dei casi quando c'è un'emergenza di tipo sanitario e/o alimentare i primi resoconti sono sempre sbagliati, perché estrapolati da informazioni parziali, provenienti da fonti limitate, spesso non ufficiali.

Le informazioni costano sempre tempo e denaro, perciò è altrettanto utile chiedersi perché un'informazione è disponibile gratuitamente. Se da un lato esistono siti contenenti buone informazioni scientifiche, altri sono semplici strumenti pubblicitari che hanno lo scopo di vendere prodotti o promuovere programmi di gruppi politici e ideologici. Se un'informazione non costa nulla, forse è il caso di pensare che non valga nulla. Tenzialmente le riviste specialistiche sono a pagamento. Infatti, i giornalisti qualificati o gli esperti del settore non possono lavorare senza essere retribuiti. Se si è interessati a un'informazione di qualità e specifica, bisogna valutare di pagarla o in alternativa di sostenere chi cerca di diffonderla gratuitamente, al solo fine di salvaguardare la propria indipendenza (per es. *Il Fatto alimentare*).

■ Avvertimenti allarmistici

Come per le testate giornalistiche di cronaca, dove il sangue e la violenza sono da sempre i contenuti che fanno *sharing*, lo stesso vale anche per le testate inerenti la salute e il benessere, in cui le emergenze (per es. intossicazioni, epidemie), le mode del momento o le affermazioni che sembrano troppo belle per essere vere, finiscono sempre in prima pagina. Una buona dose di scetticismo, un po' di buon senso e il parere delle autorità competenti sono il miglior approccio per orientarsi tra le notizie riguardanti l'alimentazione e la nutrizione, soprattutto se non confermate da istituzioni o da organizzazioni scientifiche autorevoli. A livello internazionale questi organi sono l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura (FAO), l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare (EFSA). A livello nazionale sono il Ministero della Salute e l'Istituto Superiore di Sanità (ISS). Controllare le notizie è diventato sempre più difficile, in quanto c'è anche chi si permette di trasformare le menzogne in un vero business. Pertanto, occorre bilanciare la magia del digitale e del pronto all'uso anche con media tradizionali che non hanno bisogno di batterie e che richiedono più tempo.

■ Ignorare le conclusioni semplicistiche tratte da uno studio complesso

Semplificare nel processo di insegnamento è fondamentale, soprattutto per spiegare agli studenti processi naturali e biologici complessi. Il testo deve essere chiaro, il linguaggio comprensibile ed è meglio evitare tutto quello che è semplicistico e superficiale, come classificare gli alimenti solo in "buoni" e "cattivi". Scrittori e giornalisti devono semplificare le informazioni per poterle inserire nel contesto limitato di un racconto o di un articolo. Questa semplificazione può però, a volte, fare in modo che alcune informazioni importanti siano tralasciate. È rilevante, pertanto, tenere conto di come sono stati condotti gli studi e su quale tipologia di popolazione (razza, nazionalità ed età). Occorre, inoltre, tenere in considerazione il numero di persone coinvolte nello studio: generalmente, più numeroso è il campione, più sono affidabili i risultati. Infine, è opportuno controllare se i risultati coincidono con quelli di altri studi pubblicati. I numeri e le percentuali, come le proiezioni nel tempo, hanno il loro indiscutibile fascino e spesso sono loro a veicolare l'attenzione del lettore. Per accertare l'attendibilità dei dati è necessario anche conoscere come sono stati raccolti. Se si riferiscono a un campione, bisogna verificare che non difettino di un "errore di stima". Dettagli utili sono il periodo di rilevazione, chi l'ha effettuata e con quale strumento (questionario postale o digitale, intervista telefonica ecc.). Può essere utile informarsi anche sulle domande, sul numero di persone contattate che hanno risposto e, se possibile, sulle caratteristiche di coloro che invece non hanno risposto. È anche vero che numeri e statistiche alimentano l'interesse del lettore, ma devono essere in grado di dimostrare una tesi, altrimenti è preferibile esprimere con chiarezza i dubbi sulle fonti, senza puntare su titoli sensazionalistici.

■ Eludere i suggerimenti mirati solo alla promozione di un prodotto

Il consumatore dovrebbe ricordarsi di decidere da solo cosa mangiare e sapere, senza essere troppo influenzato. Purtroppo, spesso le notizie sono solo il mezzo editoriale per attrarre l'attenzione del consumatore su altro, esche per generare un "click" sulle inserzioni pubblicitarie (*click baiting*). La grafica dei siti web, infatti, non è sempre legata alla qualità dei contenuti e anche le fotografie possono influenzare l'interpretazione di una notizia.

■ Non considerare gli studi pubblicati senza una revisione scientifica

Una buona fonte non deve contenere contraddizioni o errori (ortografici, cronologici ecc.) e deve poter essere in grado di citare riferimenti ad altre fonti attendibili. Per questo motivo, i link devono sempre funzionare e l'accesso alla fonte deve essere semplice e veloce. Rilevante è conoscere alcuni dettagli, come sapere che il riferimento alla fonte riporta l'autore e il titolo (del libro, dell'articolo, del documento ecc.) e che una citazione bibliografica comprende anche editore e anno. Preferibili sono i contributi scientifici con metodo di revisione paritaria (*peer review*), cioè verificati da esperti anonimi di pari livello.

Un buon esercizio personale, da far svolgere anche agli studenti, è scegliere un argomento che si conosce bene (o si crede di conoscere bene) o un evento a cui si è partecipato direttamente (per es. dopo una gita scolastica) e provare a capire come viene raccontato e interpretato dai diversi media (quotidiani, televisione, radio, *blog*, *social network*). Una volta capito qual è la sorgente più accurata e che soddisfa maggiormente il personale fabbisogno di informazione, molto probabilmente questa sarà la candidata ideale a diventare una fonte primaria per il futuro. Peter Laufer (2011) afferma che «dobbiamo mangiare per sopravvivere, ma un'informazione accurata è un ulteriore requisito per la nostra sopravvivenza». Prima di dedicare tempo a una notizia, bisogna capirne l'importanza nell'ambito della nostra vita e soprattutto nella vita degli studenti.

Bibliografia

P. Laufer, *Slow news – Manifesto per un consumo critico dell'informazione*, Milano, Sironi Editore, 2011
D. Bressanini, *Pane e bugie – I pregiudizi, gli interessi, i miti, le paure*, Milano, Chiarelettere, 2013
D. Bressanini, *Le bugie nel carrello – Le leggende e i trucchi del marketing sul cibo che compriamo*, Chiarelettere, 2013

Sitografia

Treccani (2016) <http://www.treccani.it/>
European Food Information Council (EUFIC) <http://www.eufic.org>
European Journalism Centre (EJC), The Verification Handbook (Versione ITA) - http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_it.pdf
Milano Expo 2015 <http://www.expo2015.org>
WHO (World Health Organization) <http://www.who.int/en/>
FAO (Food and Agriculture Organization) <http://www.fao.org/home/en/>
EFSA (European Food Safety Authority) <http://www.efsa.europa.eu/it/>
Ministero della Salute <http://www.salute.gov.it>
Istituto Superiore di Sanità <http://www.iss.it>

Concorsi

Per i docenti di ogni ordine e grado, è un fatto ampiamente risaputo, progettualità e prassi sono parte della quotidianità scolastica: ogni argomento, ogni materia, ogni riflessione si radicherà nella mente dei ragazzi con più facilità se intorno ai libri e alla teoria si coaguleranno attività pratiche e creative, in cui le nozioni apprese si concretizzano in idee, proposte, azioni.

“Il Quotidiano in Classe” si inserisce in questo solco didattico, confermando anche per quest’anno la serie di Concorsi promossi dall’Osservatorio Permanente Giovani-Editori a sostegno dell’iniziativa. Una modalità testata nel tempo per rendere ancora più coinvolgente il percorso di formazione alla cittadinanza strutturato intorno alla lettura dei quotidiani. Una piattaforma su cui testare e mettere alla prova le competenze, l’entusiasmo e la creatività degli italiani del futuro, condite con quel pizzico di adrenalina che scaturisce da ogni sana competizione. Per una sfida positiva e propositiva, in grado di motivare e di far crescere.

In questo caso gli studenti saranno stimolati a una partecipazione attiva, con il coordinamento degli insegnanti, che si concretizzerà nella stesura di un elaborato finale. I valori su cui riflettere saranno i medesimi attorno ai quali gravita il progetto de “Il Quotidiano in Classe”, per la formazione di una cittadinanza consapevole e attiva in prima persona. Molteplici gli strumenti con cui i ragazzi si dovranno misurare: dalla scrittura alla fotografia, dalle interviste tradizionali ai videoclip.

Le tematiche spazieranno dall’educazione all’uso consapevole dell’energia, alla valorizzazione del patrimonio culturale locale e nazionale; dall’attività giornalistica al riconoscimento del merito individuale, dal connubio possibile tra tradizione e tecnologia all’integrazione attraverso la pratica sportiva. Argomenti spesso trascurati dai *curricula* tradizionali, ma vicinissimi alla realtà quotidiana dei ragazzi e fondamentali quindi per la loro formazione. I media, tradizionali o digitali, verranno utilizzati come fonte di documentazione e di ispirazione per gli elaborati finali, intrecciando così

i percorsi di avvicinamento alla lettura dei quotidiani con quelli di partecipazione attiva alla costruzione del Paese che verrà.

Nelle prossime pagine verranno presentati nel dettaglio i Concorsi proposti per l'anno scolastico 2016-2017: tematiche, modalità di partecipazione, strumenti, obiettivi. L'invito è quello di utilizzarli come una naturale estensione de "Il Quotidiano in Classe" e della sua filosofia: uno strumento stimolante e innovativo per accompagnare i giovani di oggi lungo il percorso che li aiuterà a diventare cittadini più consapevoli, più solidali, più attivi, più responsabili. Per guardare al futuro dell'Italia con ottimismo, speranza e voglia di partecipazione.

Concorso “Le 5 E dell’energia”

Promosso in collaborazione con
Enel

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori ed Enel promuovono, per l'anno scolastico 2016-2017, la seconda edizione del concorso “Le 5 E dell’energia”, teso a focalizzare l'attenzione degli studenti e gli sforzi dei docenti sul tema dell'energia e sul nuovo modo di concepirla e di viverla.

Ai ragazzi verrà richiesto di esplorare il mondo dell'energia scegliendo di approfondire una tra le sue molteplici dimensioni, razionalizzate in cinque ambiti (le 5 “E” dell’energia):

- Evoluzione
- Efficienza
- E-mobility
- Empatia
- Eco-sostenibilità

Le classi che partecipano in tutta Italia al progetto “Il Quotidiano in Classe” e a “PlayEnergy” – il progetto formativo di Enel su scienza ed energia – dovranno realizzare un'intervista/reportage/inchiesta su uno dei cinque temi indicati, con il possibile coinvolgimento di parenti, amici e/o concittadini.

Dall'avvio della collaborazione con Enel, partita nel 2007, il tema del confronto è sempre stato al centro della serie di incontri e concorsi didattici promossi dall'Osservatorio.

L'informazione trasparente e lo scambio di opinioni continua a essere il fine ultimo del concorso, anche in questa edizione.

Scheda

Il sistema energetico sta cambiando

di Maria Vezzoli

Formatore OPPI, già docente di Scienze nelle scuole superiori di secondo grado

Voglio rendere l'elettricità così economica che solo i ricchi si potranno permettere il lusso di utilizzare le candele.

Thomas Alva Edison, 1847 - 1931

La storia dell'energia insegna che, fin dal più remoto passato, l'uomo ne ha avuto bisogno ed essa è stata un ingrediente essenziale della sua elevazione spirituale e materiale. E' d'altronde merito della scienza e della conseguente tecnologia se la crescita del fabbisogno pro-capite è stata contenuta in limiti molto modesti: nell'ultimo secolo esso è appena raddoppiato. Ciò è dovuto all'uso sempre più raffinato e parsimonioso che di essa si è fatto.

Mario Silvestri, 1919 - 1994

Thomas Alva Edison, famoso inventore – ben 1.093 brevetti furono registrati a suo nome in tutto il mondo – ha legato la sua fama a strumenti di grande avvenire, come il fonografo, la lampadina a incandescenza, il *kinetograph*, una macchina fotografica per immagini in movimento. Imprenditore instancabile, formulò anche importanti idee nel campo dell'economia.

Mario Silvestri, appassionato di storia e grande divulgatore, fu professore al Politecnico di Milano e titolare della cattedra di impianti nucleari.¹

Se le parole di Silvestri fotografano con lucidità una realtà oggi ampiamente confermata, quelle di Edison ci stupiscono non tanto per la profezia, quanto per la certezza che ne traspare sul futuro dell'energia elettrica, che il famoso inventore prevede diventare una sorta di “pane quotidiano”, una vera e propria *commodity*.²

Qual è dunque la realtà confermata?

■ Meno consumi

La realtà è che l'elettricità è davvero pane quotidiano e che tuttavia il fabbisogno di energia pro capite non è cresciuto in maniera vertiginosa, anzi, la crescita della domanda di energia elettrica, in particolare, è drasticamente diminuita negli ultimi 20-25 anni: i tassi di incremento annui sono scesi da valori del 6-7 %, tipici degli

1. La citazione è tratta dalla prefazione del testo: Alimonti Gianluca, Pedrocchi Ernesto (a cura di), *Energia sviluppo ambiente. Osservatorio per l'energia Mario Silvestri*, Esculapio, 2012

2. Un bene pratico indifferenziato, per cui c'è domanda, offerto sul mercato senza differenze qualitative, cioè indipendentemente da chi lo produce; il suo prezzo viene determinato dal mercato. Il termine fu introdotto proprio da T.A.Edison, che lo attribuì ad alcuni prodotti allora fondamentali come il grano, il cotone, il tabacco.

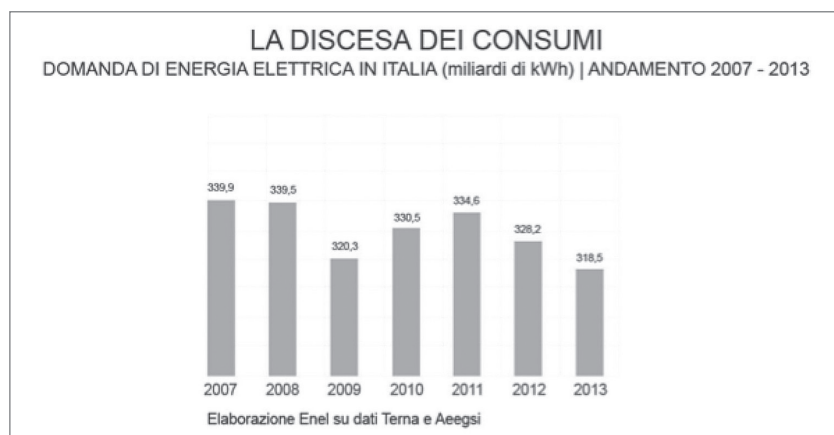
anni sessanta del secolo scorso, alla metà e anche meno.

Parallelamente al diminuire dei consumi, anche l'andamento della generazione di elettricità in Europa ha registrato negli ultimi anni un calo tendenziale in tutti i principali paesi: dalla Germania alla Spagna, dalla Francia al Regno Unito. In Italia il fenomeno è più marcato: solo fra il 2011 e il 2014 il calo è stato dell'8,2%, da 291,4 miliardi di kWh a 267,5 miliardi.

Dunque nei paesi industrializzati, e l'Italia, come si vede dal grafico non fa eccezione, viene consumata sempre meno energia, e questo calo riguarda sia il consumo dell'industria sia quello delle famiglie. Alla crisi economica che negli ultimi anni ha inciso parecchio, soprattutto sui consumi industriali, si è unita una crescente sensibilità collettiva verso i temi dell'efficienza energetica³ e del consumo responsabile. Anche i passi in avanti compiuti nel campo dell'innovazione tecnologica stanno contribuendo parecchio all'evoluzione dei comportamenti di consumo.

A ciò si deve aggiungere il grande sviluppo delle energie rinnovabili. Solare, eolico, biomasse sono alcune delle fonti di energia rinnovabile che stanno diventando sempre più competitive, sia da un punto di vista tecnologico che economico.

Un rallentamento della crescita della domanda di energia era già avvenuto al tempo della grande depressione del 1929⁴. Poi la domanda mondiale si riprese. Potrebbe avvenire lo stesso anche stavolta? Tenendo conto delle innovazioni tecnologiche e di costume, buona parte degli analisti che si occupano del fenomeno ritengono che, superata la crisi, la domanda elettrica resterà comunque più moderata.



■ Produzione e distribuzione: un nuovo modello

Lo sviluppo delle rinnovabili – la cui capacità in Europa è raddoppiata negli ultimi sei anni – il ridimensionamento dei consumi, unitamente all'avvento di innovazioni

3. l'efficienza energetica di un sistema (per esempio un'abitazione, un orto, un'azienda... un intero Paese) rappresenta la capacità del sistema stesso di impiegare al meglio l'energia disponibile per soddisfare il suo fabbisogno. Nel volume 8/2013 di questa collana si tratta dell'argomento nella scheda *L'efficienza energetica: meglio con meno*, curata dall'autrice

4. così viene definita la grave crisi economica e finanziaria, legata al crollo di Wall Street, che sconvolse l'economia mondiale alla fine degli anni venti, con forti ripercussioni durante i primi anni del decennio successivo.

tecnologiche nel campo della misurazione dei consumi come il contatore elettronico, hanno inevitabilmente indotto grandi cambiamenti strutturali e organizzativi nella produzione e nella distribuzione dell'energia. Il paradigma tradizionale, che vedeva l'elettricità generata da poche grandi centrali, trasmessa in maniera monodirezionale sulle reti di distribuzione fino a raggiungere i clienti/utenti finali, viene ribaltato.

Francesco Starace, Amministratore Delegato e Direttore Generale dell'Enel ci ricorda⁵ che: «Siamo di fronte a una nuova trasformazione del mix energetico primario: dall'era del carbone, in atto dalla prima rivoluzione industriale fino al Novecento, a quella del petrolio, durata fino agli anni Ottanta, passando per quella del gas, giunta agli anni Duemila, fino ad arrivare a quella, presente e futura, delle rinnovabili». E ancora: «Il nuovo modello di generazione distribuita è l'espressione di un sistema efficiente e interconnesso, che vede al centro un cliente sempre più consapevole, esigente e conscio del suo nuovo ruolo di consumatore/produttore, o anche di *prosumer*»⁶.

Qualche dato ci aiuta a capire la situazione e il senso dei cambiamenti in atto. Qui parleremo in particolare di innovazioni a livello di produzione e di rete di distribuzione⁷.

La richiesta di punta di elettricità in Italia è di circa 50mila MW complessivi, la generazione elettrica di 120mila MW teorici, che significa 75-80mila MW reali mediamente disponibili.

Questo *surplus* di energia, impone delle scelte controverse ma necessarie come, ad esempio, quella della dismissione di alcuni impianti di vecchia generazione. Sono 23⁸, per una potenza complessiva pari a 13 GW⁹, gli impianti termoelettrici italiani interessati da questo processo. È bene specificare che si tratta di impianti meno efficienti, alcuni dei quali sono fermi già da diversi anni o che hanno esaurito il loro ciclo vitale e la loro utilità. Questi siti, definiti spesso “impianti marginali” sono, come ricordato dall'AD di Enel Starace, impianti che «non producono da diversi anni, sostituiti da altri impianti termoelettrici più moderni, affidabili ed efficienti. In alcuni casi, gli impianti più vecchi sono giunti addirittura al termine del periodo di autorizzazione e, quindi, non potrebbero tornare a produrre nemmeno se la domanda elettrica riprendesse con gli andamenti pre-crisi».

Tuttavia, queste centrali rappresentano per il nostro paese un patrimonio industriale che può essere ancora valorizzato. Per questo motivo, Enel sta portando avanti “Futur-E”, un programma di ascolto e confronto con tutti i suoi *stakeholder* per studiare delle soluzioni alternative, volte a dare un nuovo futuro alle centrali e alle persone che vi lavorano. Va sottolineato che ogni sito produttivo ha la sua storia, di conseguenza, non può esistere una strategia di riutilizzo unica, valida per tutti i 23 casi. Ognuno di questi ha le proprie peculiarità, legate all'ubicazione geografica e all'evoluzione del territorio che lo ospita.

Alcune centrali, ad esempio, potrebbero funzionare ancora se venissero riconvertite ad altra tecnologia: è il caso della centrale a olio combustibile di Porto Tolle, nella zona del delta del Po, che avrebbe tutte le carte in regola per diventare una centrale a biomasse di taglia media.

5. Intervista rilasciata a *Il Sole 24 Ore* del 26 novembre 2014.

6. utente di un servizio/prodotto che assume un ruolo attivo nel processo creazione, produzione, erogazione, distribuzione e consumo. Vedi pubblicazione di cui alla nota 4.7. Rimandiamo ancora alla pubblicazione di cui alla nota 4, in cui più schede sono dedicate alla tematica.

8. Per visionare l'elenco degli impianti si può consultare il sito <http://www.futur-e.enel.it/manifesto/impianti/>

9. 1 Gigawatt (GW) = 10⁹ watt

Altri impianti, come quelli di Genova, Bari e Livorno, sono oramai troppo inglobati in un tessuto urbano, sviluppatosi in seguito, e non si può più pensare di farli funzionare per problemi ambientali. In questi casi si possono valutare delle trasformazioni che prevedono altre destinazioni d'uso: ci sono esempi interessanti, come la famosa Tate Modern di Londra, una delle gallerie d'arte moderna più importanti e visitate al mondo, che nasce dalla trasformazione di una vecchia centrale a nafta.

Per gli impianti che, pur non essendo ubicati all'interno di centri urbani, sono comunque destinati a non produrre più energia elettrica, Enel sta coinvolgendo comunità e istituzioni locali e promuovendo "concorsi di idee", che valutino altri modi per creare occupazione al di là della produzione di elettricità. Una cosa è sicura: l'impegno dell'azienda a conservare i posti di lavoro è forte e dichiarato.

Da queste poche note si può capire come il futuro prossimo della produzione di energia stia evolvendo verso un nuovo modello di "produzione". Da un sistema centralizzato (poche grandi centrali che producono energia che viene poi trasferita a tanti clienti sia industriali che domestici) si sta arrivando a una "generazione distribuita": impianti di minor capacità, distribuiti su tutto il territorio, alimentati da un mix energetico differenziato. Ciò comporta una straordinaria innovazione nel campo della rete di distribuzione: le reti preesistenti, infatti, sono strutturate per un flusso unidirezionale, in cui l'energia prodotta da poche grandi centrali viene trasportata, a senso unico verso gli utenti finali. Le nuove reti, invece, sono progettate per collegare numerosi impianti, anche di micro-generazione da fonte rinnovabile, sparsi sul territorio: già ora ve ne sono molti in Italia, in poco più di dieci anni infatti si è passati da alcune centinaia ai circa 600.000 piccoli impianti di generazione da fonti rinnovabili. Per garantire un servizio sicuro, di elevata qualità e a costi sostenibili la rete si è evoluta in un sistema altamente tecnologico e flessibile, capace di adattarsi alla domanda di energia in tempo reale, privilegiando l'energia prodotta in modo sostenibile. È una rete intelligente (*smart grid*) che consente un monitoraggio costante dei dati di produzione e consumo. La nuova rete conosce in ogni momento dove e quanto si produce e dove e quanto e come si consuma energia. Proprio grazie a questo "bagaglio" di informazioni, la rete intelligente sa come gestire in maniera efficiente i flussi di energia che vengono immessi e distribuiti lungo la rete. La rete intelligente consente uno scambio continuo e bidirezionale di informazioni sui consumi. Le reti intelligenti ripropongono dinamiche simili a quelle di Internet dove qualsiasi dispositivo connesso in Rete può inviare e ricevere informazioni in modo flessibile e distribuito¹⁰.

Il futuro delle *smart grids* è già cominciato con l'installazione di circa 37 milioni di contatori elettronici, progettati e installati da Enel Distribuzione, a partire dal 2000, in sostituzione dei tradizionali contatori elettromeccanici. Questi contatori non solo permettono all'utente di "leggere" in ogni momento quanto e come sta consumando energia, e quindi di scegliere, per esempio, quando mettere in funzione gli elettrodomestici per usufruire delle tariffe più vantaggiose, ma consentono all'azienda elettrica di «effettuare da remoto operazioni di modifica contrattuale (attivazioni, cessazioni, ecc.) senza intervento dell'operatore, consentendole così di rispondere in modo più tempestivo alle richieste dei clienti».

10. Molte e interessanti informazioni in merito si possono leggere sul sito del progetto "Futur-E" di Enel, che descrive la *vision* e definisce strategia e politiche rispetto al futuro scenario energetico del Paese. <http://www.futur-e.enel.it/scenario-energia/distribuzione-energia/>

I contatori elettronici costituiscono un primato per Enel, prima azienda al mondo a sviluppare questa tecnologia digitale, applicata in Italia ed esportata in altri paesi (come ad esempio la Spagna). È peraltro già allo studio un nuovo modello di contatore ancora più evoluto, che offrirà maggiori informazioni ai gestori delle reti consentendo di monitorare la qualità della fornitura e di fornire servizi innovativi ai clienti.

Il funzionamento del sistema-rete diventa così sempre più sicuro ed efficiente. Leggiamo ancora sul sito del progetto “Futur-E”: «la realizzazione di moderne *smart grids* è indispensabile per consentire un maggiore sfruttamento delle fonti rinnovabili, ma non solo. Estendere le capacità di controllo e di misura (in tempo reale) a tutti i componenti della rete rende possibile introdurre nuove funzionalità di analisi e automatizzare il controllo degli eventi critici, ovvero rendere la rete più efficiente, affidabile e competitiva. Inoltre, operando un efficace controllo anche dal lato della domanda, le *smart grids* consentono alle società elettriche anche di ideare nuove offerte più flessibili e più vantaggiose sia per il cliente che per il sistema elettrico».

■ Dalle *smart grid* alle *smart city*

Come già abbiamo scritto in precedenti volumi¹¹ di questa collana, le innovazioni tecnologiche di tutte le componenti del sistema energetico, e in particolare il continuo perfezionamento delle reti che diventano *smart grids*, portano l'attuale modello di città a evolversi verso il nuovo modello di *smart city*, reso possibile proprio dalle modalità innovative di distribuire e usare l'energia, applicata agli ambiti più diversi. In una *smart city*, cioè una città intelligente, gli sprechi diventano sempre minori, perché quando in una parte del sistema c'è sovrabbondanza di energia, in un'altra si possono soddisfare carenze. Una *smart city* è un modello che coniuga l'efficienza energetica, la tutela dell'ambiente e la sostenibilità economica, in cui la tecnologia e le infrastrutture si integrano per migliorare la qualità della vita della popolazione. È un concentrato di tecnologie: *smart grids* e contatori elettronici, ma anche automazione, illuminazione pubblica efficiente, integrazione di fonti rinnovabili, sistemi di stoccaggio dell'energia, dispositivi che aumentano la consapevolezza dei consumi, infrastrutture di ricarica per la mobilità elettrica per una nuova città più vivibile, più funzionale e a elevata sostenibilità ambientale.

Ci sono oggi *smart cities* da visitare? Sì, molte esperienze sono anche ben avviate: Malaga in Spagna, Buzios in Brasile, e Bari, Genova, Varese in Italia. A queste si aggiunge anche la “città” di Expo Milano 2015¹². Per questa importante manifestazione, Enel aveva infatti realizzato una rete elettrica per uno spazio paragonabile a una città di oltre 100.000 abitanti, dove l'illuminazione era a LED, la mobilità elettrica e tutta l'energia che circolava veniva monitorata e gestita in maniera intelligente dal più innovativo sistema mai realizzato.

■ Più efficienza e innovazione: un nuovo modo di consumare energia.

La *smart grid* cambia non solo le nostre città ma anche il modo di vivere le nostre case. Anche le abitazioni diventano intelligenti e l'energia elettrica si trasforma da semplice

11. Vedi nota n.4

12. Si veda la scheda *Una smart city per EXPO 2015* pubblicata nel volume 9 di questa collana.

commodity a vettore di nuovi servizi e opportunità per il cliente finale. Cambiano gli stili di vita, grazie all'integrazione di sistemi per l'auto-produzione, per il monitoraggio e la gestione dei consumi e, grazie all'adozione di prodotti di efficienza energetica (lampadine a LED, climatizzatore a pompa di calore, caldaia a condensazione, piano di cottura a induzione), tutti noi abbiamo la possibilità di usare l'energia in maniera più consapevole e vantaggiosa.

In Italia, Enel Energia ha pertanto arricchito la sua offerta con una nuova gamma di prodotti e servizi che rinnovano l'utilizzo dell'energia elettrica nella vita delle persone, rendendola più confortevole, pratica, economica e sana grazie a soluzioni per il consumo intelligente. Enel non offre più solo luce e gas ma un pacchetto integrato, fatto di energia (*commodity*), servizi (assistenza, installazione, consulenza, assicurazione, *audit* energetico) e dispositivi (elettrodomestici ad alta efficienza, SW per il controllo dei consumi, e anche nuove soluzioni per allargare l'utilizzo di energia elettrica al riscaldamento domestico, con le pompe di calore, e alla mobilità, con biciclette a pedalata assistita e altre soluzioni per la mobilità elettrica).

Il modello di consumo diventa "chiavi in mano" e il cliente ha la possibilità di rivolgersi a un interlocutore unico che ne conosce meglio di chiunque altro le esigenze di consumo e può gestire per lui tutto ciò che riguarda l'energia.

■ Parlare di queste cose a scuola è importante

I docenti non avranno problemi a reperire in Rete, anche sui siti citati in questa scheda, una vasta gamma di informazioni, presentate spesso in maniera accattivante e didatticamente pregevole. A questo proposito suggeriamo il già citato sito del progetto "Futur-E" di Enel: www.futur-e.enel.it, corredato anche di grafici, immagini esplicative e un utile glossario per districarsi tra i molti termini tecnici vecchi e nuovi, o addirittura nuovissimi, che è importante conoscere anche per affrontare l'informazione che quotidianamente ci raggiunge attraverso i media e scegliere consapevolmente.

Naturalmente gli studenti verranno aiutati, nelle loro consultazioni in Rete, a discernere le informazioni più o meno valide, ma questo è un compito costante per i docenti nella scuola oramai fortemente digitalizzata.

E se qualcuno ci chiede perché parlare di queste cose a scuola è importante, possiamo solo cominciare a rispondere...

- per educare il cittadino non solo consumatore ma anche *prosumer* a una partecipazione consapevole
- per promuovere la persona-allievo all'apertura culturale al futuro e alla flessibilità consapevole
- per dare agganci concreti alle discipline di studio (es. Fisica, Biologia, Economia etc.)
- per dare una veste concreta al concetto fondante di sistema complesso, trasversale a tutte le discipline

... e lasciare poi che allievi e insegnanti aggiungano le molte altre valide motivazioni possibili, operazione oggi quanto mai agevolata dal contesto informativo in cui si vive.

Concorso Il talento? Questione di CL@SSE

**Promosso in collaborazione con
Pirelli**

La scuola, oggi, non è solo l'ambito a cui la società assegna il compito di trasmettitore di cultura e valori, ha anche il dovere di valorizzare e riconoscere il merito e sollecitare i ragazzi a sviluppare i propri talenti.

In questa direzione l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori e Pirelli realizzeranno, nell'anno scolastico 2016-2017, la seconda edizione del concorso "Il talento? Questione di CL@SSE": un vero e proprio percorso per aiutare gli studenti a capire che esiste un cammino possibile di crescita diverso per ciascuno.

Il dna di Pirelli è da sempre contraddistinto dalla valorizzazione del talento, elemento imprescindibile per il raggiungimento dell'eccellenza, e si riflette nella collaborazione a questo concorso che supporta gli studenti nel riconoscere, coltivare ed esprimere il talento come patrimonio per la loro crescita.

Un'iniziativa concorsuale che si rivolgerà alle scuole secondarie di secondo grado di tutta Italia, iscritte al progetto "Il Quotidiano in Classe", e che offrirà ai docenti partecipanti un percorso didattico per aprire una riflessione nelle classi intorno al tema della valorizzazione di sé stessi, alla scoperta delle qualità e dei talenti di ciascuno.

La finalità del concorso sarà quindi aiutare i giovani a costruire il loro futuro partendo dal presente: scoprire e imparare a conoscere meglio ciò che sono, per capire come crescere e migliorare, come affinare le capacità, valorizzare le doti e coltivare i talenti.

Il talento? Questione di CL@SSE

di Piero Cattaneo

Docente a contratto presso Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e Piacenza e Coordinatore didattico dei licei presso l'Istituto Sociale di Torino**■ Il “significato” della proposta**

Il progetto “Il talento? Questione di CL@SSE” si colloca nel solco dell’innovazione che da più di dieci anni l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori ha tracciato, e piano piano marcato in modo profondo, nel contribuire alla formazione dei giovani studenti italiani a essere cittadini più attivi, responsabili, informati del proprio presente e padroni dei mezzi a loro disposizione.

In questi dieci e più anni del progetto “Il Quotidiano in Classe” il paesaggio educativo è diventato estremamente complesso: ogni specifico territorio nel nostro Paese possiede legami con le varie aree del mondo e con ciò esso costituisce un microcosmo che su scala locale riproduce opportunità, interazioni, tensioni, convivenze globali.

Anche ogni singola persona, ogni studente, nella sua esperienza quotidiana è chiamata a tener conto di informazioni sempre più numerose ed eterogenee e a confrontarsi con la pluralità delle culture.

Nel suo itinerario formativo ed esistenziale spesso lo studente si trova a interagire con culture diverse, senza tuttavia avere strumenti adatti per comprenderle e metterle in relazione con le proprie. Per questo alla scuola spetta il compito di fornire supporti ed esperienze adeguati, affinché ogni giovane sviluppi un’identità consapevole e aperta.

La scuola non può interpretare questo compito come semplice risposta a un'emergenza educativa, bensì proporre un'educazione che spinga ogni giovane studente a fare scelte autonome e feconde, quale risultato di un confronto continuo della sua progettualità personale con i valori che orientano la società in cui vive.

In particolare la nostra scuola (e su questa convinzione e sogno, il progetto “Il Quotidiano in Classe” ha fornito negli anni molti stimoli e altrettanti contributi per riflessioni, proposte e testimonianze) ha il compito di formare cittadini italiani che siano allo stesso tempo cittadini dell'Europa e del mondo. Proprio in questi ultimi anni e mesi la “realtà” della crisi economica mondiale, il fenomeno delle migrazioni, le guerre e le stragi dettate da fanatismo ideologico e religioso, hanno messo in evidenza come i problemi più importanti che oggi toccano il nostro continente e l'intera umanità non possono essere affrontati e risolti all'interno dei confini nazionali tradizionali, ma solo attraverso la comprensione di far parte di grandi tradizioni comuni, di un'unica comunità di destino europeo così come di un'unica comunità di destino planetario. «Non muri, ma ponti» tra i vari Stati, «non respingimenti ma accoglienza», esorta con forza e coraggio Papa Francesco, sostenuto nel suo intento dal Presidente della Repubblica Mattarella. E i giovani hanno una grande responsabilità nel contribuire a tradurre in fatti concreti e operativi tali esortazioni e inviti: si sta costruendo il loro futuro e loro devono contribuire a costruirlo, non possono rimanere semplici destinatari di scelte altrui, o osservatori passivi davanti a simili tragedie.

La scuola è quindi il luogo per eccellenza in cui il presente è elaborato nell'intreccio tra passato e futuro, tra memoria e progetto.

Ed ecco allora che il progetto “Il talento? Questione di CL@SSE” promosso dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori e Pirelli intende fornire un contributo significativo ed efficace per aiutare i giovani a:

- comprendere e intraprendere un cammino possibile di crescita diverso per ciascuno, in relazione ai propri sogni e potenzialità, ma in modo condiviso con altri giovani coetanei del nostro Paese e di altre etnie, per migliorare la vita di tutti;
- saper gestire e interpretare in maniera creativa e personale l'enorme massa di saperi oggi disponibili e utili per la realizzazione del proprio progetto di vita e del progetto di vita dei bambini e dei giovani che intraprendono “viaggi della speranza” e che spesso finiscono tragicamente. Bambini e giovani che devono avere gli stessi diritti dei loro coetanei più fortunati, per poter far valere i loro talenti che rimangono non espressi a causa delle difficoltà di vita nei loro Paesi di provenienza;
- progettare il loro futuro.

Oggi le famiglie, le scuole, i mass media, l'informale passa-parola, gli eventi e le manifestazioni culturali e formative, le richieste del mercato del lavoro, le esigenze del mondo del volontariato, i fatti stessi della vita quotidiana nazionale e internazionale, offrono motivi di riflessione e forniscono indicazioni utili per tracciare il quadro delle “competenze” personali e quelle di cittadinanza, le dimensioni valoriali, le competenze tecniche e professionali necessarie per aiutare un giovane studente a orientarsi nella complessità che caratterizza il mondo attuale.

Oggi qualsiasi indirizzo di studi secondari ha il compito di formare:

- “persone *open minded*”, cioè persone disponibili al cambiamento, all'innovazione grazie a flessibilità ed elasticità mentale, al superamento di schemi e limiti che spesso riducono la progettualità e la creatività personale. I vari indirizzi, dai tecnici, ai professionali, ai licei, attualmente presentano offerte culturali e formative che promuovono negli allievi capacità di muoversi con agilità, intraprendenza e determinazione in contesti diversi da quelli abituali e soprattutto nuovi; capacità di pensare con la propria testa, argomentare e sostenere il proprio punto di vista in contesti di confronto e di comunicazione pubblici;
- “cittadini del mondo”, cioè persone aperte e sensibili ai problemi del mondo, disponibili a viaggiare e a intraprendere azioni per informare e sensibilizzare altri cittadini del mondo sui problemi urgenti che affliggono molte aree del nostro pianeta.

Gli indirizzi di scuola secondaria si preoccupano di formare persone in grado di comprendere gli assetti geo-politici in atto, le tipologie di governo, le forme di economia, le possibilità di lavoro in varie parti del mondo, gli interventi concordati e condivisi di organismi internazionali (per es. ONU, FAO, UNESCO, G 20 ecc.) per risolvere problemi socio-economico-culturali e ambientali presenti in molti Stati. Quindi persone che siano:

- cultori e custodi della “bellezza” e dei valori di *libertà e di autenticità* di ciascuna persona, nello spirito di gratuità e servizio verso gli altri. Persone quindi capaci di impegnarsi volontariamente e/o professionalmente per la difesa dei patrimoni artistici, naturali e ambientali e per la promozione di conoscenze di opere letterarie, storiche, filosofiche, teatrali, cinematografiche e di quelle sempre più diffuse di carattere multimediale, data la diffusione dei nuovi linguaggi e la scoperta delle testimonianze di civiltà e cultura del passato ma che posseggono tuttora un valore universale e una validità attuale;
- sensibili e attente alla cultura del lavoro in vista del futuro inserimento in ambito lavorativo in Italia o all'estero. Gli indirizzi tecnici e professionali da tempo offro-

no occasioni e *stage* di alternanza scuola-lavoro per una quota di quattrocento ore nel biennio conclusivo del percorso quinquennale. Ora, con la legge n. 107 del 13 luglio 2015, anche gli indirizzi liceali sono impegnati a promuovere e sviluppare quella cultura del lavoro fondata su atteggiamenti, comportamenti, rispetto di tempi e di regole, ma anche sulla valorizzazione di idee, intuizioni, progetti e proposte, tesi a migliorare i servizi e i prodotti da garantire, sulla base di commesse di lavoro e consegne che le imprese si sono impegnate rispettare.

Le esperienze proposte agli allievi delle scuole secondarie di secondo grado in Italia e che possono fungere da elemento orientativo importante per la scelta di un percorso di studi, oggi sono sicuramente determinate dallo sviluppo della conoscenza e della comunicazione in lingua straniera, anche superando quelle tradizionalmente presenti negli ordinamenti (dall'inglese, al francese, allo spagnolo, all'arabo, al cinese ecc.) e dalle competenze nell'uso dei linguaggi e delle tecnologie dell'informazione.

Una scuola quindi che ricerca l'eccellenza nel lavoro di formazione dei giovani e dà testimonianza di eccellenza nelle relazioni con gli altri, anche di coloro che sono più svantaggiati, nei metodi, nei contenuti, nella valorizzazione delle potenzialità di ogni allievo. Una scuola capace di stimolare ogni allievo/a a dare di più, il meglio di sé, in un prospettiva di solidarietà e di cooperazione.

Questo obiettivo non implica il paragone con gli altri, né che i progressi siano misurati secondo standard prefissati. Si tratta piuttosto di sviluppare, nel modo più completo possibile e in ogni tempo della vita, le capacità di cui ogni persona è dotata; si tratta di crescere in quelle motivazioni che spingono gli allievi a sviluppare i propri talenti nello studio, nello sport, nelle arti, nel volontariato al servizio degli altri, nelle professioni che intraprenderanno nel cammino della loro vita.

■ Gli elementi “costitutivi” e “significativi” del progetto

Destinatari:

Il progetto “Il talento? Questioni di CL@SSE” si configurerà come un'iniziativa concorsuale per gli studenti delle scuole secondarie di secondo grado di tutta Italia.

Obiettivi:

L'iniziativa mira a promuovere una riflessione nelle scuole intorno alla valorizzazione del sé aiutando ciascun ragazzo/ragazza a scoprire le proprie qualità, i propri talenti, a dare il meglio di sé in rapporto alle proprie potenzialità, interessi, motivazioni, passioni, sogni.

Metodologia di lavoro:

Attraverso momenti di riflessione personale, di gruppo, di colloqui tra giovani e adulti, con insegnanti e con “adulti” impegnati in vari campi professionali e/o in attività autonome, creative di recente attivazione o di consolidate esperienze, ai giovani studenti si offre la possibilità di “far conoscere cos'è talento”.

Il progetto non si prefigge di scoprire, di lanciare dei “talenti” ma di far incontrare ogni studente con il proprio talento, di valorizzare le proprie doti e coltivare il proprio talento una volta scoperto: “*Show the talent*” e non “*Talent show*” è la giusta sintesi del progetto.

Risultati ed esiti dell'iniziativa:

Produrre un video in cui ciascuno studente racconterà il suo punto di vista in merito

all'elemento o al fattore o alla caratteristica che gli ha permesso di scoprire e coltivare il proprio talento grazie all'esempio di un personaggio noto.

Ovviamente il video è la modalità comunicativa che dimostrerà il valore aggiunto dell'attuale progetto all'esperienza formativa della studentessa e dello studente.

Gli ambiti di scelta:

Sono proposte cinque aree nelle quali ciascuno studente rifletterà sul proprio o sul talento di altre persone, con lo scopo di offrire esempi e/o suggestioni da cui partire per riflettere sul significato e sul valore del talento preso in esame.

Le aree riguardano:

- sport
- musica e spettacolo
- arte e cultura
- scienze, innovazione e ricerca
- comunicazione e leadership

■ Le parole chiave del progetto “Il talento? Questione di CL@SSE”: talento, merito, eccellenza e qualità

Non è la prima volta che nelle scuole italiane vengono promosse iniziative di riconoscimento delle eccellenze, di valutazione del merito di giovani studenti nell'ambito scolastico, di valorizzazione delle esperienze attraverso cui i giovani delle scuole italiane hanno dimostrato le loro qualità e doti personali in gare sportive, competizioni nazionali e internazionali nel campo scientifico, multimediale e in quello artistico musicale.

L'obiettivo del progetto “Il talento? Questione di CL@SSE” è quello di ampliare la base degli studenti consapevoli del proprio talento personale e intenzionati a coltivarlo nel tempo nella costruzione del proprio futuro.

A differenza però delle modalità finora seguite, comunque valide ed efficaci sul piano della motivazione e del riconoscimento, il progetto attuale dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori e Pirelli mira a distinguere, non solo nominalmente, i significati delle parole che vengono utilizzate nella presentazione del progetto.

Le parole chiave del progetto sono: talento, merito, eccellenza e qualità. Queste parole sono sinonimi? Oppure sono termini tra loro interdipendenti? Quali sono le accezioni più ricorrenti? Quando e dove sono utilizzati? In quali contesti?

■ Partiamo dalla domanda: che cos'è il talento?

L'accezione più ricorrente lo definisce come l'inclinazione naturale di una persona a fare bene una certa attività.

In altri contesti il talento è inteso come una unità di misura di peso usata anticamente presso il popolo ebraico, presso i Babilonesi e i Greci (ad esempio il talento attico era un'unità di misura nell'antica Atene). Talento però era anche un'antica moneta in circolazione in Grecia e in Palestina.

Ma di talenti parla anche il Vangelo con la “parabola dei talenti”, celebre insegnamento evangelico sulla responsabilità conseguente ai doni divini.

Definire esattamente cosa sia quella capacità definita “talento” potrebbe essere difficile o spesso fuorviante. Esistono infatti molti parametri e credenze errate al riguardo.

Innanzitutto, si tratta di qualche cosa di innato? E se sì, perché non si vede il dono che una persona ha, o dovrebbe avere, dalla nascita?

La verità è che tutte le persone hanno un certo talento, alcune ne hanno più di uno, ma la cosa più importante per chiunque è quella di identificare e sviluppare il proprio talento e condividerlo con gli altri.

«Voler stilare una lista di possibili tipi di talento è cosa ardua ma, a titolo esemplificativo, si può far riferimento a macrocategorie: si possono avere talenti linguistici (scrivere o parlare bene la propria lingua o lingue straniere); un talento musicale (cantare o suonare bene uno strumento); un talento comunicativo o un talento più emotivo e caritatevole (per es. volontariato) o un talento matematico o un talento sportivo o un coraggio innato o una capacità di ragionare sull'esistenza a livelli filosofici, un talento poetico, letterario, artistico grazie a capacità creative o un'innata propensione per i mass media.»

Insomma esistono migliaia di talenti diversi e la missione di ciascun insegnante è scoprire, rendere consapevole il giovane studente del proprio talento e aiutarlo a coltivarlo.

■ Proseguiamo con due altre parole chiave: merito ed eccellenza

Il Dizionario Enciclopedico di Filosofia, Ed. Lucarini, Firenze 1982, pagg. 676-677 a proposito di “merito” riporta:

«Il merito, in senso soggettivo, è il diritto a un riconoscimento (stima, lode, ricompensa) a chi ha conseguito un valore (o si è sforzato coscienziosamente di conseguirlo) mediante un'attività personale: in senso oggettivo, denota un'opera degna di premio. Il merito dipende in genere da un concetto di giustizia per il quale si stabilisce che tale riconoscimento è dovuto a chi ha svolto quell'attività, abbia o no raggiunto il valore che in ogni caso si dirà meritato».

Da un punto di vista pedagogico le due coordinate dovrebbero tendere a una loro “ideale congiunzione”: merito come riconoscimento anche pubblico di una persona che si è oggettivamente curata di incarnare valori in sé condivisibili.

Nel caso sopra riportato il merito va correlato all'esito di alto livello (in termini di valutazione) conseguito nelle prove, individuali e/o collettive, previste nelle diverse tipologie di eccellenza individuale dal decreto.

Sempre in ambito pedagogico il concetto di eccellenza assume un significato che supera quello di merito.

L'eccellenza (dal latino *excellere*, “spingersi in fuori”, “sorpassare”), affinché abbia un senso compiuto, ha bisogno di essere sempre riferita a dei contesti specifici: ciò vuol dire distinguersi in un determinato contesto sulla base di valori “in sé condivisibili”, ma vissuti in una forma o modalità che “trascende”, “supera”, “sporge oltre” la consueta prassi sociale.

Quindi i due concetti (eccellenza e merito) non sono sinonimi ma stanno in un rapporto analogo a quello che esiste tra insieme e sottoinsieme, quindi non c'è eccellenza senza merito e chi ha merito può eccellere nel contesto di riferimento.

Ma nella scuola, come nella società più ampia, questi concetti hanno oggi seguito? Sono valori orientativi dell'azione di chi intende “spingersi oltre”, di “superare” attraverso un'attività personale o collettiva? Il merito e l'eccellenza sono riconosciuti in tutti i campi in cui si esercita un'attività professionale in cerca di un determinato valore? Sono, questi, quesiti utili, che aiutano gli allievi a riflettere sul loro pensiero, sul loro agire, sulla loro progettualità per la costruzione del loro futuro.

Il termine eccellenza oggi è sicuramente più associato a “successo” che a “merito” e l’etica dell’eccellenza, concepita come un insieme di comportamenti ispirati a valori in sé condivisibili, appare come una vera e propria tecnologia che permette a un individuo di raggiungere e di mantenere nel tempo prestazioni molto elevate. La parola chiave è proprio *successo*. L’etica dell’eccellenza è la strada verso il successo: è la forza interiore che consente di valorizzare se stessi. Essa racchiude i principi fondamentali, comunemente accettati e ritenuti validi in ogni luogo e in ogni tempo, che si rivelano indispensabili per esprimere appieno il proprio potenziale.

Il problema di fondo oggi è la scoperta o la riscoperta dei valori, di quei valori universali che danno senso e significato all’azione di ciascuno.

Un valore è una caratteristica e una qualità che dà pregio a una persona, a una cosa o a una situazione, e la rende apprezzabile oppure è “qualcosa”, come un principio o una qualità, che è intrinsecamente di valore o desiderabile.

Ma spesso, nella società attuale, tale caratteristico principio o qualità si basa sull’effimero o sul mercato o sulla produttività o sull’apparire.

E le molle interne su cui far leva sembrano essere più legate all’immagine del “vincente” a tutti i costi che della persona che sa investire i propri talenti, le proprie potenzialità in un progetto di utilità sociale.

Educare al merito, educare all’eccellenza in una prospettiva valoriale più ampia e che non si limita al sé, sembrano essere le schede che la scuola non può ignorare né rimandare.

Di qui l’esigenza di attivare dei sistemi premianti, cioè di riconoscimento, in grado di coniugare merito ed eccellenza, e di permettere quella mobilità sociale che stimolerebbe la società stessa a innovarsi, a cambiare, a migliorare.

La sfida sta proprio nelle forme e nelle modalità, completamente da inventare nella scuola italiana, a partire dal primo ciclo e da potenziare nel secondo ciclo, senza escludere i soggetti (dirigenti scolastici, docenti, educatori e formatori che a vario titolo sono presenti nelle scuole) a cui compete l’azione formativa delle nuove generazioni.

■ E infine cosa si intende per qualità?

Al termine qualità nel mondo della scuola sono stati associati termini quali: soddisfazione del cliente (l’alunno, la famiglia), qualità della vita (stato di benessere psicofisico e sociale dell’allievo nel contesto classe, scuola ecc.), rapporto costi-benefici per l’allievo e la famiglia (eventuali costi per libri, trasporti, mensa, servizi vari e livelli di apprendimento); clima relazionale tra insegnanti e allievi, tra allievi e allievi, tra allievi e altro personale della scuola.

L’elemento chiave della qualità (presente anche nel RAV – rapporto di autovalutazione in atto in questo periodo nelle scuole italiane) è dato dagli esiti dei processi di apprendimento.

Indicatori significativi sono: i risultati scolastici testimoniati dalle prove standardizzate a livello nazionale (Prove Invalsi), dalle prove ordinarie proposte e valutate dai docenti della classe, dalle competenze chiave di cittadinanza, dai risultati a distanza.

Valutare gli esiti quindi vuol dire considerare i risultati sul piano delle conoscenze, delle abilità e delle competenze ma anche leggere quegli esiti in termini di miglioramento, nel tempo, di dimensioni della personalità dell’allievo: cognitive, affettivo-relazionali, motorie, operative, etiche, estetiche, valoriali, spirituali, creative e di intraprendenza e/o imprenditorialità, secondo criteri di autonomia e di responsabilità personali.

■ Il talento? Questione di CL@SSE

Il titolo del progetto è molto intrigante e... soprattutto la risposta a cosa sia il talento, stimola a comprendere il vero significato, l'intenzione con cui si è voluto "provocare" gli studenti e i docenti a riflettere sulle molte e possibili interpretazioni.

Se ne possono "azzardare" alcune:

- Il talento? Questione di CL@SSE, intesa quest'ultima come una "problematica" che riguarda giovani studenti accomunati da una scelta di vita, da un ideale, da una necessità o criticità sociale nel campo del volontariato, dalla pratica di uno sport comune, da un forte senso di essere al servizio della giustizia contro la corruzione e la violenza, nelle varie forme in cui queste si possono manifestare;
- Il talento? Questione di CL@SSE, intesa come uno stile di vita, come insieme di comportamenti che caratterizzano un gruppo di giovani. Ad esempio la frequentazione di spettacoli cinematografici, teatrali, musicali, di concerti negli stadi o in spazi aperti; altri comportamenti possono essere ricondotti alla costituzione di gruppi musicali a partire da corsi di orientamento scolastici, oppure al creare gruppi di volontariato per prestare soccorsi e aiuti al verificarsi di eventi calamitosi (es. gruppi della protezione civile).
- Rispetto alla prima definizione, questa seconda "questione di CL@SSE" si riferisce a gruppi più organizzati e strutturati, la "CL@SSE" questa volta è caratterizzata da una dimensione di tipo organizzativo più definita, pur rispettando l'autonomia di ciascun partecipante.
- Il talento? Questione di CL@SSE, intesa ora più come impegno personale ed eventualmente condiviso, a partire dalla propria famiglia, dagli amici, dai compagni di scuola o da associazioni e/o organizzazioni che richiedono uno sforzo comune, una sistematicità di impegno, una passione testimoniata dalla costanza e dalla volontà di conseguire un risultato per sé stessi, per il gruppo, per l'associazione, per il proprio futuro e non solo per il periodo scolastico.

■ E allora, in sintesi, come intendere "Il talento? Questione di CL@SSE"?

Le risposte possono essere molte, anche questo è uno stimolo per far riflettere i giovani studenti su come riconoscere, valorizzare, coltivare il proprio talento a livello personale o a livello di "CL@SSE". Ma come intendere CL@SSE?

Ad esempio:

- uno stile di vita fondato su un pensiero positivo, su una visione serena del proprio futuro, sulla fiducia e sulla speranza che i problemi si possono risolvere, sulla volontà di dare un senso alle proprie giornate, a guardare avanti in chiave progettuale per sé e per gli altri.
- Uno stile di vita basato su eventuali rinunce e/o sacrifici compiuti per essere al servizio di altri. Il mondo del volontariato richiede tutto questo, ma le emozioni e le percezioni personali nel fare del bene, nell'aiutare gli altri, ripagano in modo molto più ampio delle eventuali rinunce.

- Uno stile di vita basato su sforzi fisici, tensioni, eventuali incidenti di percorso, soste e pause a causa di infortuni, ma superati con pazienza, prudenza, rispetto dei tempi di attesa, senza forzature o ricorso a mezzi illeciti. È la vita dello sportivo, dell'atleta che segue un suo sogno, che si mette in gioco per dimostrare di avere un talento, di volerlo sviluppare e coltivare nel migliore dei modi. È questo il campo più a rischio e ricco di pericoli, non solo sul fronte fisico, ma anche e soprattutto su quello etico e morale. Lo sport è un vero banco di prova per chi ha talento, poco o tanto, e che vuole farlo crescere in modo corretto e rispettoso delle effettive potenzialità.

■ Il “piacere” del partecipare al progetto

La proposta “Il talento? Questione di CL@SSE” promosso dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori e Pirelli rappresenta una opportunità veramente interessante e stimolante per allievi e docenti delle scuole secondarie di secondo grado.

È un progetto che chiama in causa i singoli studenti e studentesse e anche i docenti, ma non esclude che la “CL@SSE” e/o il gruppo di allievi di un istituto possa prendere parte al progetto con un contributo che metta in evidenza il talento presente nel singolo e/o nel gruppo: l'obiettivo è riconoscere e far conoscere i talenti nei vari campi dell'attività umana e soprattutto quelli presenti nelle scuole italiane.

È un progetto che aiuta a riflettere ma che esige poi “concretezza” nella documentazione di come il talento o i talenti esaminati di fatto vengono messi a frutto per migliorare la persona che li coltiva o la situazione dei destinatari delle azioni collegate con i talenti spesi a favore degli altri.

Ci vuole coraggio? Sì, e soprattutto “talento”.

La sfida è lanciata e sicuramente i giovani studenti delle scuole italiane sapranno accoglierla e dimostrare quanto sono “talentuosi”.

Concorso **FOCUScuola:** redazioni di classe

Promosso in collaborazione con
Focus

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori insieme alla rivista scientifica *Focus* promuove, per l'anno scolastico 2016-2017, la settima edizione del concorso "FOCUScuola: redazioni di classe". Il concorso consiste nell'elaborazione, da parte delle scuole aderenti, di un piccolo giornale di classe sul modello del mensile *Focus*. I lavori vincitori daranno vita a un inserto speciale, pubblicato all'interno del numero di *Focus* successivo alla cerimonia di premiazione del concorso. Il progetto è nato dal comune obiettivo di preparare le nuove generazioni a un rapporto maggiormente informato e consapevole con le tematiche legate alla cultura scientifica e a un utilizzo migliore degli strumenti che i giovani hanno a loro disposizione, nella consapevolezza che anche con la promozione della cultura scientifica tra le giovani generazioni si possa contribuire alla crescita del nostro Paese. L'iniziativa si propone di stimolare i ragazzi a formarsi una propria opinione sui temi scientifici: opinioni fondate sull'informazione, senza pregiudizi, e che possano ampliare il loro spettro di conoscenza, in modo che siano messi nella condizione di capire, di informarsi e di muoversi con maggiore sicurezza in ambito scientifico. Gli studenti iscritti al concorso possono utilizzare gli strumenti, i quotidiani e le copie di *Focus* che ricevono direttamente a scuola nel corso dell'anno scolastico in formato cartaceo o digitale, sotto la guida dei loro insegnanti, per dedicarsi prima a una fase di lettura, di comprensione e documentazione, e poi di produzione, lavorando in gruppo, passando infine a una fase di lavoro più dinamica, all'azione o, meglio, alla "redazione", facendo interviste, *reportage*, documentandosi di persona: un'occasione anche per allacciare e approfondire i rapporti col proprio territorio. Il progetto punta quindi a valorizzare il lavoro creativo e costituisce anche un percorso di apprendimento che porti a sviluppare le capacità organizzative, di scrittura, di approfondimento, di analisi e di sintesi degli studenti coinvolti. Il lavoro collettivo darà anche l'opportunità ai ragazzi di confrontarsi tra loro, li porterà a rispettare gli altri e a cercare un punto d'incontro, a mediare per trovare soluzioni, costruendo le basi per imparare l'importanza del lavoro di gruppo.

Concorso La Cultura dello sport: imparare, pensare, vivere SportivaMente

**Promosso in collaborazione con
Fondazione Sicilia
e La Gazzetta
dello Sport**

Fondazione Sicilia

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con la Fondazione Sicilia e *La Gazzetta dello Sport*, realizza, per l'anno scolastico 2016-2017, la decima edizione del concorso "La Cultura dello sport: imparare, pensare, vivere SportivaMente".

Questa cooperazione è nata con l'intento di contribuire ad avvicinare i giovani allo sport e ai suoi valori – i valori del gioco, della competizione e della squadra – attraverso una visione della pratica sportiva che ne metta in luce tutte le qualità e potenzialità, da quella ludica a quella salutistica, fino a quella educativa e sociale, riconosciuta anche nella classicità quando le Olimpiadi erano non solo un'occasione di sana competizione, ma anche di tregua dalle guerre e quindi di incentivazione alla cultura della pace.

Uno dei punti forti del concorso è il coinvolgimento attivo degli studenti, insieme ai quali si può avviare, partendo dalla costante lettura dei quotidiani, un percorso che avvicini maggiormente il mondo della scuola e l'universo giovanile ai valori più autentici dello sport.

Questo progetto persegue quindi l'obiettivo di diffondere tra i giovani la cultura dello sport, aspetto fondamentale della formazione, e di far maturare una nuova consapevolezza sportiva ed etica, fondata sul rispetto reciproco e delle regole, sulla convivenza civile, sull'educazione alla vita e sul concetto di integrazione.

Grazie a questa iniziativa, inoltre, è possibile guardare allo sport – e a tutto ciò che a questo universo è collegato – all'interno della macro-cornice rappresentata dall'educazione alla cittadinanza, poiché l'educazione ai valori sportivi si coniuga perfettamente con la condivisione dei valori sociali, con la consapevolezza di essere cittadini e quindi appartenenti a una comunità in cui è possibile vivere attraverso il rispetto delle regole della convivenza.

La Gazzetta dello Sport

La collaborazione con il quotidiano *La Gazzetta dello Sport* nell'ambito del concorso "La Cultura dello sport: imparare, pensare, vivere SportivaMente" ha permesso all'Osservatorio Permanente Giovani-Editori di avviare una nuova operazione culturale tesa a introdurre, coerentemente con i propri valori, un modo per fornire a studenti e docenti uno strumento in più di approfondimento sul tema della cultura sportiva. La sinergia con il quotidiano sportivo più importante e autorevole in Italia consolida il rapporto con il mondo giovanile, fornendo uno strumento didattico accattivante e utile affinché i giovani possano aprire una nuova finestra sul mondo, comprendendo come le regole del gioco siano vicine a quelle della vita, così da rispettarle sia in campo che fuori. I giovani comprenderanno come lo sport rappresenti un aspetto di fondamentale importanza nella formazione del cittadino e uno straordinario strumento di educazione alla vita, perché aggrega, coinvolge e appassiona, sviluppa valori indispensabili, condivisi e universali. Lo sport potrà quindi essere letto attraverso molteplici punti di vista: come momento di crescita, di educazione alla salute e al benessere, come desiderio e spirito di confronto e come occasione di festa. In questo processo educativo i docenti svolgeranno un ruolo fondamentale per la riqualificazione della cultura sportiva, offrendo agli studenti l'occasione di vivere uno sport in modo gioioso, manifestando in modo sano il tifo e vivendo con lealtà l'agonismo.

Ai fini del concorso, i ragazzi lavoreranno in gruppo analizzando come lo sport possa rappresentare un elemento di aggregazione e integrazione sia di tipo razziale, ma anche religioso, culturale e sociale, producendo testi e fotografie frutto della loro analisi critica. L'informazione, la riflessione e il confronto avranno un posto importante anche nell'edizione di quest'anno, dato che i ragazzi dovranno lavorare in "squadra" e documentarsi prima di realizzare il proprio elaborato.

Concorso AllenaMenti quotidiani: intervistando s'impara

**Promosso in collaborazione con
Fondazione Cassa
di Risparmio
di Torino**

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio di Torino, propone, per l'anno scolastico 2016-2017, la terza edizione del *contest* "AllenaMenti quotidiani: intervistando s'impara".

Quest'attività è rivolta agli studenti di tutte le classi delle scuole secondarie di secondo grado del Piemonte e della Valle d'Aosta, che nell'ambito del progetto "Diderot" della Fondazione CRT partecipano al progetto "Il Quotidiano in Classe".

La finalità del *contest* in questa nuova edizione è quella di sensibilizzare gli alunni verso la valorizzazione e conservazione del patrimonio culturale Italiano.

Nell'ambito del progetto le classi lavoreranno in aula studiando e documentandosi per realizzare una strategia di promozione, finalizzata a incrementare il potere d'attrazione degli spazi museali, delle attività teatrali e musicali, a loro scelta e operanti nel nostro Paese, con l'obiettivo di aumentare l'affluenza di pubblico, in particolare quello giovanile.

L'approfondimento prenderà spunto dalle pagine dei quotidiani che le classi riceveranno a scuola e dai materiali didattici formativi e informativi digitali realizzati *ad hoc* per questo *contest*. A conclusione di questa attività ci sarà un incontro nel corso del quale i ragazzi potranno interagire "a distanza" con i responsabili di tre prestigiose realtà italiane di rilievo internazionale come, ad esempio, la Galleria degli Uffizi di Firenze, la Scala di Milano.

Concorso Ambient'AMO – Percorsi di educazione ambientale

**Promosso in collaborazione con
Regione Toscana**

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori, insieme alla Regione Toscana, realizza, per l'anno scolastico 2016-2017, la nona edizione del concorso "Ambient'Amo – Percorsi di educazione ambientale" riservato alle scuole toscane partecipanti al progetto "Il Quotidiano in Classe". Nell'ambito del concorso i ragazzi, negli anni, si sono occupati di diversi temi: dalla gestione dei rifiuti, al traffico, alla viabilità, sino a giungere ai progetti urbanistici d'impatto ambientale e, nelle ultime due edizioni, alla scoperta dei piatti tipici della tradizione regionale.

Per la nuova edizione le classi coinvolte dovranno osservare il territorio che si trovano ad abitare, focalizzando l'attenzione sulle bellezze urbane e naturalistiche della regione, approfondendo quanto si rivelino importanti la tutela e la salvaguardia del patrimonio locale anche per lo sviluppo socio-economico della comunità.

L'Osservatorio e la Regione Toscana hanno convenuto quanto sia importante, in quest'ottica, che i giovani si sentano responsabilizzati e che siano chiamati in prima persona, attraverso la partecipazione al concorso, a lasciare un proprio messaggio che possa essere un monito per i coetanei, per i familiari, per le generazioni più giovani, per il mondo degli adulti, per le istituzioni. Un messaggio che dimostri il personale senso di appartenenza a una comunità e la partecipazione attiva alla vita della società civile.

Concorso Tutto per te!

Promosso in collaborazione con
**Fondazione
Cariplo**

L'Osservatorio Permanente Giovani-Editori e Fondazione Cariplo realizzeranno, nell'anno scolastico 2016-2017, la prima edizione del concorso "Tutto per te!" rivolto alle scuole secondarie di secondo grado della Lombardia iscritte al progetto "Il Quotidiano in Classe".

L'iniziativa vuole stimolare i giovani a riflettere sulle caratteristiche, la storia e le tradizioni del proprio territorio e a immaginare prospettive future di sviluppo, anche attraverso l'utilizzo della tecnologia applicata, di cui essi stessi possano essere i protagonisti.

L'obiettivo del concorso è quindi promuovere la conoscenza, la salvaguardia e la valorizzazione in chiave innovativa del patrimonio culturale materiale e immateriale.

Il percorso si struttura in un percorso pluriennale e prevede che ogni anno scolastico venga sviluppato un tema diverso. In questa prima edizione gli studenti verranno invitati a soffermarsi sull'interazione fra luoghi fisici e luoghi digitali. Come tale interazione riconfigura il rapporto con la comunità? Qual è il ruolo dei processi educativi in tale contesto?

Gli studenti effettueranno innanzitutto una ricerca ricorrendo ai giornali che riceveranno a scuola, ai materiali didattici realizzati *ad hoc* per il concorso, come anche alle fonti individuate autonomamente nelle biblioteche di pubblica lettura e in Rete. In particolare, approfondiranno le peculiarità della realtà in cui vivono e raccoglieranno informazioni su una specifica attività produttiva. I ragazzi e le ragazze realizzeranno quindi un documento dove forniranno informazioni sull'ambito produttivo esaminato, espliciteranno gli elementi culturali e ambientali a esso connessi, spiegheranno come questa attività era svolta nel passato e qual è la situazione odierna, illustreranno come potrebbe essere valorizzata con l'ausilio della tecnologia.

Comincia quindi un nuovo cammino teso a formare cittadini attivi e responsabili, consapevoli del proprio passato, informati del proprio presente e pronti a cogliere le occasioni che il futuro può offrire per crearne di nuove.

Concorso Il risparmio e il bilancio familiare

Promosso in collaborazione con
**Nuova Banca
dell'Etruria e del
Lazio, Nuova Cassa
di Risparmio di
Ferrara, Nuova
Cassa di Risparmio
di Chieti e Nuova
Banca delle
Marche**

Da questo anno scolastico prende il via una nuova iniziativa concorsuale nel contesto de "Il Quotidiano in Classe", promossa dall'Osservatorio Permanente Giovani-Editori in collaborazione con Nuova Banca dell'Etruria e del Lazio, Nuova Cassa di Risparmio di Ferrara, Nuova Cassa di Risparmio di Chieti e Nuova Banca delle Marche, dedicata al risparmio e al bilancio familiare.

Partendo dai quotidiani in formato cartaceo o digitale che studenti e docenti riceveranno a scuola grazie al progetto "Il Quotidiano in Classe", a scuola si parlerà di formazione e informazione sotto tanti punti di vista, per questo si proporranno anche un'iniziativa e un apposito concorso che punteranno a promuovere l'importanza di aprirsi a una solida cultura del risparmio e alla capacità di stendere un bilancio familiare, così da far maturare anche nei giovani una maggior consapevolezza che parta dalle piccole scelte che ogni giorno operiamo nel quotidiano, sino a quelle per il proprio futuro e per quello del Paese.

Come avviene per tutte le attività promosse dall'Osservatorio, anche in questo caso saranno i docenti, in piena autonomia, a gestire il percorso da fare in classe, ma potranno contare su un supporto didattico realizzato appositamente per loro.

I materiali aiuteranno i docenti affinché possano guidare l'attività in classe allenando i ragazzi a stendere, singolarmente o in gruppo, i propri bilanci familiari.

Una nuova sfida, coraggiosa, che punterà a diffondere tra i giovani la consapevolezza che la difesa del risparmio sia un valore e che acquisire un metodo per stendere un proprio bilancio familiare, sia un esercizio virtuoso.