



**GIORNALISMO**

**OGGI**

**informazione**

**o**

**manipolazione?**

Commissione Culturale

## LE NOTIZIE IN LABORATORIO

di LORENZO DEL BOCA

**D**ove va l'informazione e che cosa possiamo aspettarci in questo scorcio di terzo millennio?

*Philip Meyer, nome prestigioso del mondo mediatico, ha firmato un saggio "The vanishing newspapers" per sostenere che la carta stampata non ha futuro e che, anzi, è destinata a scomparire rapidamente dalle edicole.*

*Di questa morte virtuale, l'autore non pretende di precisare il giorno e l'ora ma è certo che avverrà, nei primi sei mesi del 2040.*

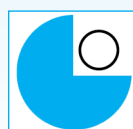
*Ancora trentacinque anni di vita... scarsi... che per la vita di una persona non sarebbero nemmeno pochi ma che, rapportati al mondo di Gutenberg, rappresentano poco più di un soffio.*

*Previsione cupa e persino inquietante: ma niente affatto campata in aria.*

*La tesi dello svaporarsi dei quotidiani è documentata dal confronto di due immagini fotografiche, scattate alla stazione di Manhattan, dallo stesso punto di vista ma con un intervallo di tempo di mezzo secolo. Stessa angolazione, stesse strutture, uguali persino gli arredi. La prima immagine all'inizio degli anni Cinquanta mostra che i pendolari di allora erano quasi tutti uomini bianchi, portavano il cappello in tasta e tenevano in mano un giornale. Adesso la folla - colorata e quasi variopinta - rappresenta il "melt pop" che ci siamo abituati a incontrare per strada. Di cappelli non se ne vedono quasi più e sono assai rari i giornali in tasca alla gente. Sembrerebbe che la vita delle aziende Borsalino e le fabbriche dei giornali siano destinate a percorrere binari paralleli verso identica e ingloriosa fine.*

*L'agonia dei quotidiani risulta evidente consultando il trend di diffusione delle copie testimoniato dalla World association of Newspaper. Dal 1995, la vendita dei giornali è calata del 5 per cento negli Usa, del 3 per cento in Europa e del 2 per cento in Giappone.*

*I guai stanno proprio nei numeri. In Italia, le copie perdute sono un milio-*



ne e 350 mila nei soli ultimi sedici mesi. La percentuale sfiora il 20 per cento. Dunque a stare peggio, siamo proprio noi. E meno male che vengono considerate le copie “diffuse” perché le copie “vendute” risulterebbero ancora meno, dovendo togliere quelle regalate sugli aerei, sui treni, negli hotel, al ristorante e nelle ormai numerosissime iniziative promozionali.

Non è solo la carta stampata a singhiozzare. All'estero stanno elaborando una teoria in base alla quale i telegiornali dovrebbero seguire un ritmo informativo in modo da alternare una notizia drammatica con una più rassicurante... una polemica e poi una celebrazione...

Quello che sembrerebbe fluire in modo spontaneamente normale e, quasi anarchico, sarebbe in realtà frutto di una scelta determinata a tavolino.

Informazione da laboratorio come i cibi transgenici.

Non a caso a confezionare un prodotto del genere non verrebbero più chiamati dei giornalisti. Ad occuparsi di questo programma sarebbe un news manager: professionisti capaci di intercettare la psicologia del telespettatore ma con poca dimestichezza con l'etica alla quale si dovrebbe inchinare chi si occupa di informazione. Chissà se sarà possibile distinguere il telegiornale da una fiction. Già adesso, qualche volta, risulta difficile...

Le tecnologia non si ferma. Stanno sperimentando dei sensori che, attraverso l'utilizzo di algoritmi, sarebbero nelle condizioni di scegliere la quantità di notizie utili per un telegiornale, setacciandole fra milioni di input informativi.

Al pubblico verrebbero presentati da una “voce” e da un “volto” che potrebbero essere l'immagine di una persona realmente esistente o totalmente di fantasia e direttamente elaborata dal computer. Un tiggì per il pubblico senza intervento umano.

Allarmante? Forse per cominciare ad adeguarsi la Bbc di Londra ha annunciato tagli d'organico per quattro mila persone fra giornalisti e poligrafici. Scioperi massicci e documenti di solidarietà internazionale non hanno permesso alla proprietà di cambiare parere o, almeno, di addolcirne gli effetti.

Dunque, qualche attenzione alle dinamiche destinate a cambiare il mondo e a cambiare il nostro modo di viverlo – anche professionalmente – è un dovere. Per conoscere a cosa si sta andando incontro e per evitare i rischi peggiori.

ELEZIONE 1 LUGLIO 2004

Rino FELAPPI  
(presidente)

Sabrina TALARICO  
(vice presidente)

Laura CANCELLIERI  
(segretaria)

Pino ANZALONE

Silvano BERTOSSI

Maria Pia FARINELLA

Alvaro FIORUCCI

ELEZIONE 20 OTTOBRE 2005

Rino FELAPPI  
(presidente)

Gianfranco RICCI  
(vice presidente)

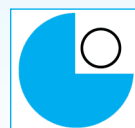
Laura CANCELLIERI  
(segretaria)

Claudio ALÒ

Pino ANZALONE

Silvano BERTOSSI

Sabrina TALARICO



**1** *Un giornale cartaceo, radio-televisivo o elettronico non deve limitarsi solo a riferire fatti avvenuti. Lei cosa ne pensa?*

**2** *Ricordando il film "Quarto potere" di Orson Welles, la stampa di oggi è ancora il quarto potere?*

**3** *Quando può avvenire, secondo Lei, la manipolazione della notizia e in che termini?*

**4** *Secondo Lei vi sono settori a più alto rischio di inquinamento?*

**5** *Il giornalismo economico ha bisogno di garanzie e credibilità. Come si possono distinguere le notizie vere da quelle manipolate?*

**6** *Paolo Murialdi, in un suo famoso libro, sostiene che nei principi e nella pratica della professione si richiedono "chiarezza" e "fermezza". Così 30 anni fa. E oggi?*

**7** *Chi è il padrone dell'informazione: il lettore, come ha sempre sostenuto Indro Montanelli, o l'editore, o l'inserzionista?*

**8** *Internet ha radicalmente modificato l'accesso alle fonti di informazione. La notizia è garantita?*

**9** *Nel dirigere il Suo TG (o quotidiano o periodico) è mai stato tentato di forzare o spettacolarizzare la notizia per attrarre il maggior numero di lettori/spettatori?*

**10** *Secondo Lei cosa è più grave per un giornalista: censurare la notizia, bucarla, esagerarla, edulcorarla o ignorarla?*

**11** *Espressione linguistica, la buona e semplice lingua italiana nei giornali e in tv: qual è il voto che Lei darebbe?*

**12** *Come vengono valutate e verificate le informazioni che arrivano dagli uffici stampa?*

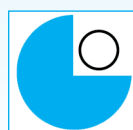
**13** *Secondo Lei qual è oggi il ruolo del direttore?*

**14** *Il direttore è ancora garante dell'autonomia dei giornalisti?*

**15** *Secondo Lei il direttore è ancora il primo fra i giornalisti, oppure è oggi un manager?*

Giulio ANSELMi	Direttore	“La Stampa”
Luigi BACIALLI	Direttore	“Il Gazzettino”
Maurizio BELPIETRO	Direttore	“Il Giornale”
Pietro CALABRESE	Direttore	“Panorama”
Ferruccio DE BORTOLI	Direttore	“Il Sole-24 Ore”
Stefano DEL RE	Direttore	“La Nuova Sardegna”
Vittorio FELTRI	Direttore	“Libero”
Andrea FILIPPI	Direttore	“Messaggero Veneto”
Paolo GAMBEScIA	Direttore	“Il Messaggero”
Giulio GIUSTINIANI	Direttore	“TGLa7”
Pierluigi MAGNASCHI	Direttore	“Ansa”
Giancarlo MAZZUCA	Direttore	“QN”
Paolo MIELI	Direttore	“Corriere della Sera”
Clemente MIMUN	Direttore	“TGI”
Lino PATRUNO	Direttore	“La Gazzetta del Mezzogiorno”
Giovanni PEPI	Condirettore	“Il Giornale di Sicilia”
Antonio POLITO	Direttore	“Il Riformista”
Giuseppe SOTTILE	Condirettore	“Il Foglio”

Le interviste sono state effettuate nella seconda metà del 2005



1

**Un giornale cartaceo, radio-televisivo o elettronico non deve limitarsi solo a riferire fatti avvenuti. Lei cosa ne pensa?**

■ **GIULIO ANSELMi**  
direttore “La Stampa”

**D**are notizie resta il compito principale di un giornale, soprattutto naturalmente quando si tratta di notizie proprie o, come si dice, esclusive. Per il resto, si tratta in gran parte di interpretarle, di collegarle, di sistematizzarle e di commentarle. Questa è sempre più la funzione di un giornale cartaceo. Un giornale radiotelevisivo o elettronico si limita naturalmente – approfittando dei vantaggi di tempo che ha – a dare le notizie casomai corredandole con qualche battuta, con qualche intervista.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore “Il Gazzettino”

**S**e per fatti avvenuti significa limitarsi a raccontare quello che avviene in maniera documentata e precisa sono completamente d'accordo, però sarebbe riduttivo rispetto alla necessità che tutti i giornali - i media in generale - hanno di commentare quanto avviene. Oltre a raccontare le cose come stanno, nel modo in cui abbiamo detto, un giornale credo debba anche e comunque avere delle opinioni. Ma soprattutto, deve cercare di dare voce a tante, a tutte le opinioni. Sono convinto del fatto che un giornale debba riportare ogni giorno pareri e voci diverse. Bisognerebbe avere già in prima pagina un “assortimento” di opinioni, in modo che si possa dire che quel giornale non è schierato, è indipendente. Insomma, i giornali dovrebbero tornare ad essere popolari, nel senso rivolti al popolo, al lettore, non ad una fascia di lettori. Perché non dimentichiamoci che la gente compra i giornali per avere un'informazione ampia e rispondente a realtà. Andare da una parte o da un'altra (non solo politica), è sbagliato sia da un punto di vista morale che commerciale, perché significa da un lato rendere un brutto servizio all'informazione e dall'altro perdere una fetta di potenziali lettori.



1

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**N**on deve limitarsi a riportare solo i fatti accaduti, deve manifestare anche le proprie opinioni, possibilmente dichiarandole in maniera chiara. Troppi quotidiani fingono di essere indipendenti e super partes, quando invece non lo sono affatto. Faccio un esempio molto chiaro, citato in questi ultimi anni: la legge Gasparri. All'epoca della sua approvazione, molti quotidiani che avevano evidentemente precisi interessi dissero che quella era una legge sbagliata. Un direttore editoriale che oggi è il direttore di un grande quotidiano disse addirittura che era una legge liberticida e che toglieva sostanzialmente pubblicità ai grandi quotidiani per farla confluire alle televisioni. A distanza di un anno e oltre dall'approvazione di quella legge, non mi sembra che sia venuta meno la libertà di espressione di questo giornale in questo paese, non mi sembra che sia venuta meno la libertà di impresa in questo paese. La prova è che lo stesso quotidiano, lo stesso gruppo diretto da quel direttore, ha guadagnato molto di più rispetto all'anno precedente, ha fatto molti più utili. Appare evidente che vi fu una manipolazione della notizia, di quella che era la realtà e che lo si fece caricando i toni dell'informazione. Soltanto un giornale ha avuto il coraggio di ammettere l'errore: il Sole 24 Ore, grazie a un editorialista che è Franco De Benedetti, Senatore dei DS il quale ha affermato: forse abbiamo esagerato, forse ci siamo sbagliati, forse abbiamo detto cose che non corrispondevano a verità.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**S**oprattutto un settimanale. Panorama, ad esempio, è per sua natura un mezzo di approfondimento. Oltre a riferire la realtà, che tra l'altro è già stata ottimamente raccontata da radio, televisioni, agenzie di stampa, Internet e giornali, ha la funzione di far riflettere e di anticipare i dibattiti. Quindi servizi ben scritti, analisi, approfondimenti, curiosità.



■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**S**ono assolutamente d'accordo che non si debba limitare a riferire fatti avvenuti. Il quotidiano, i mezzi d'informazione si sono evoluti con l'introduzione di nuovi supporti informativi e di nuovi mezzi tecnologici. È chiaro che sempre più spesso, a differenza di quanto avveniva in passato, la notizia è già nota al lettore ma non ne è nota al lettore la profondità perché uno dei difetti dei nuovi media è quello di essere estremamente sintetici, tempestivi, ma spesso anche straordinariamente superficiali e prevedibili. Per questo credo che i nuovi mezzi d'informazione abbiano non solo il dovere di essere concreti, ma anche quello di essere accurati nel descrivere la notizia: in qualche modo di non fermarsi alle verità ufficiali, di evitare quel fenomeno grafico delle notizie che spariscono dalle prime pagine dei giornali e poi si inabissano anche quando ci sono dei sostanziali mutamenti della qualità stessa delle notizie. In questo modo possono essere strumenti critici e completi, che informano ma che "educano" anche al confronto, al dubbio e alla disponibilità nel conoscere anche le opinioni degli altri e le diverse angolazioni di interpretazione dei fatti.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**S**empre i fatti separati dalle opinioni.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**P**enso che riferire i fatti sia già abbastanza complicato e difficile perché vanno verificati e raccontati in tutte le loro sfaccettature. Bisogna anche fornire una interpretazione e un approfondimento. Un giornale cartaceo deve tener conto della televisione e della radio che hanno tempi diversi e possono riferire le notizie in tempo quasi reale; mentre i quotidiani devono attendere che trascorra la notte; per uscire in edicola sappiamo quali siano le procedure. Fino alle sette del mattino è impossibile essere sul mercato, e a quell'ora la notizia è già vecchia, risaputa. Per ovviare a questo, per dare all'acquirente una motivazione d'acquisto serve dare qualche cosa di più, che secondo me consiste, appunto, in una interpretazione originale, ragionata.



1

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

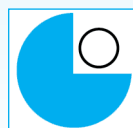
**C**ompito del giornale è anche favorire la comprensione degli avvenimenti ospitando analisi e approfondimenti e stimolando il dibattito tra le componenti politiche, sociali ed economiche del territorio.

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**P**osta così, secondo me la domanda non è corretta, perché i giornali devono riferire quello che accade. Altro è poi il concatenamento, l'interpretazione e la riflessione su fatti similari, o comunque che sono ritenuti in stretto collegamento. Il mestiere del giornalista è quello di riferire ciò che accade. C'è un errore di fondo, secondo me, nell'impostazione che spesso su questo argomento viene presentata. Cioè come se ci fosse una antitesi tra raccontare i fatti e riflettere sui fatti. No, è la stessa cosa. Il problema è come lo si fa.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TG La7"

**I**o sono d'accordo, nel senso che magari per noi giornalisti i fatti parlano da soli. In realtà, se si pensa al grande pubblico della televisione, bisogna anche dare gli antefatti, le chiavi di lettura rispetto agli eventi di cronaca di cui si parla. Questo non significa che vanno sempre commentati, però vanno spiegati bene. Intorno ad un avvenimento bisogna aprire la più vasta gamma possibile di opinioni, in maniera che poi chi vede il programma è capace da solo, autonomamente, di farsi un giudizio. Il mestiere del giornalista è complicato per sua natura. I giornalisti, per quanto si specializzano, devono occuparsi di talmente tante cose e di così vario genere che pochissimi hanno una preparazione adeguata rispetto a quello di cui trattano. Tuttavia, anche se non conoscono bene il tema, che almeno si documentino, o comunque non azzardino interpretazioni avventate o superficiali. Quindi diciamo che il giornalista dovrebbe essere più preparato, non può essere mai così preparato come servirebbe, ma è fondamentale che almeno lavori con onestà intellettuale.



■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**I**fatti sono la base dell'informazione. L'Ansa, ad esempio, fornisce fatti e non produce commenti. Tuttavia l'informazione attuale, anche se d'agenzia, non può limitarsi all'esposizione dei fatti nudi e crudi, ma deve essere in grado di andare oltre, fornendo arricchimenti informativi e precisando anche i contesti che consentono di valutare meglio i fatti. Oggi pertanto le agenzie redigono prodotti finiti che partono dalla notizia e arrivano all'arricchimento e alla interpretazione del fatto. Non c'è contraddizione tra il riferire i fatti, interpretarli e arricchirli.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**C**redo sia vero soprattutto per quanto riguarda i giornali cartacei, perché la televisione, le radio, la stessa Internet danno in anticipo quasi tutte le notizie possibili. Penso che un giornale debba far riflettere il lettore con commenti, analisi, interviste ad hoc e quindi debba essere principalmente uno strumento di approfondimento. Reputo che l'approfondimento e il commento avranno un ruolo sempre più importante nel futuro dei quotidiani.

■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**P**enso che sia così, non deve limitarsi a riferire i fatti avvenuti ma deve dare una gerarchia a questi fatti, cioè segnalare quali di questi sono i più importanti e quali meno, fatti che in un giornale possono essere anche relegati a poche righe o addirittura scartati. Soprattutto darne un'interpretazione onesta. Voglio dire un'interpretazione che tenga conto dei punti di vista differenti sugli stessi fatti, che chiarisca che quello è il pensiero di chi interpreta e che però il pensiero non è riferito solo a se stesso ma contiene anche una risposta ad eventuali obiezioni o ad altre opinioni. Quindi, i fatti devono essere anche gerarchizzati e interpretati.



1

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**C**arta stampata, radio, tv e internet sono media profondamente diversi, con ruoli non omogenei. Nel caso della tv, il mio campo specifico, penso che ai tg (anche per la loro durata limitata) spetti il notiziario e l'eventuale approfondimento sul caso del giorno, agli "speciali" di testata e di rete il compito specifico di approfondire

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

**P**ossono farlo i giornali radio-televisivi o quelli elettronici, che non escono il giorno dopo. Il quotidiano che esce il giorno dopo deve necessariamente andare oltre i fatti, soprattutto rispondendo ai perché dei lettori, cioè approfondendo.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore "Il Giornale di Sicilia"

**È** la vecchia questione del rapporto tra la notizia e il suo approfondimento. Si ritiene che questa funzione di analisi possano svolgerla meglio i giornali cartacei che non i mezzi audiovisivi: sono d'accordo solo in parte. Possono farlo entrambi. La carta stampata, è vero, ha più mezzi e spazio per farlo. Per questo nei giornali cartacei c'è più pensiero e ragionamento. E' giusto che sia così.

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Reformista"

**S**iccome faccio un giornale che è definito di analisi e commenti, non posso che essere pienamente d'accordo. I lettori hanno bisogno di capire. E certe volte, dietro al pretesto di essere oggettivi e di limitarsi alle notizie, in realtà si fa in modo di non far capire quello che è successo. Tra l'altro segnalo che la notizia assume un suo rilievo e lettura in ragione del contesto in cui è. Voglio dire che un ragazzo aggredito nelle favelas di Rio è una notizia di un certo tipo, un ragazzo aggredito in un quartiere periferico di Milano è un'altra. Quindi, secondo me, alla gente non basta la pura informazione. Ha bisogno che le notizie siano selezionate e siano contestualizzate.



■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore "Il Foglio"

**C**i sono sin troppi soggetti deputati a riferire i fatti. Ci sono sin troppe bandiere della cosiddetta obiettività dell'informazione. Il giornale, come io lo intendo, dovrebbe invece avere il compito – e il coraggio – di dire la sua: di dire, cioè, che cosa pensa dei fatti soprattutto politici della giornata. Ormai il lettore frettoloso e superficiale si limita a guardare i telegiornali e crede di essere già informato. O, quel che è peggio, di avere già capito tutto. Il compito del giornale è andare al di là. Non solo deve ricercare gli elementi necessari per la formazione del giudizio – dunque soprattutto le cose che la grande stampa non ha il tempo o la voglia di riferire – ma anche le opinioni che attorno a quei fatti nascono e si sviluppano.





2

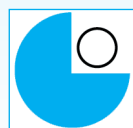
*Ricordando il film “Quarto potere” di Orson Welles, la stampa di oggi è ancora il quarto potere?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore “La Stampa”

**È** un potere molto inferiore a quello che le viene attribuito, non tanto nell'orientare l'opinione pubblica che nel decidere effettivamente. Diciamo che un nostro elemento di forza sta nel narcisismo dei diversi poteri – politico, economico – ma soprattutto nella convinzione degli uomini politici che la televisione e poi anche i giornali siano davvero determinanti nell'orientare.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore “Il Gazzettino”

**I**o non ho mai pensato di paragonare la stampa ad un potere. È chiaro che un potere la stampa ce l'ha, ma dipende da come viene gestito. “Quarto potere” mi sembra una definizione un po' troppo solenne ed eccessiva, perché la stampa in fondo deve svolgere il ruolo che le è stato assegnato dalla storia: testimoniare in maniera corretta quanto avviene, prendendo posizione il meno possibile, solo quando è inevitabile. Ma sempre con molto equilibrio e con l'imparzialità che questo mestiere impone. Ovviamente non è sempre possibile, i giornali hanno una linea, anzi ogni Direttore quando viene assunto, prende degli impegni: con l'editore, con i lettori, con i giornalisti. Si impegna a seguire un binario, un percorso, ma questo non significa che un direttore, un giornale o un giornalista debbano esercitare un potere assoluto. Questo avviene solo se si oltrepassano i limiti e le regole che la professione impone.



2

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**S**icuramente, perché ha una capacità di condizionamento che si è vista anche in questi ultimi mesi: soprattutto condizionamento della politica e dell'economia. E' un potere forte, che spesso viene usato male, o meglio viene usato da gruppi di pressione per ottenere dei risultati.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**R**itengo che la stampa, per quello che riguarda i politici, è molto sopravvalutata. Per quello che riguarda i cittadini è purtroppo abbastanza poco letta. Quindi non so se è il quarto o quinto o sesto potere. Personalmente credo che si tratti di un potere a cui, soprattutto i diretti interessati, cioè i fruitori, danno troppa importanza rispetto a quella che realmente possiede.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**I**o mi auguro che sia ancora il quarto o il quinto potere, certo naturalmente mi auguro che sia un potere che maturi la propria distinzione dagli altri poteri. Lo è meno, e in qualche modo è pericoloso che lo sia, se c'è un'eccessiva vicinanza, confusione e contaminazione con gli altri poteri. In altre parole, il giornalista deve fare solo il giornalista, non contemporaneamente anche il politico, l'editore o l'uomo che agita i mercati. In qualche modo il giornalista fa solo il giornalista (Montanelli, nel suo necrologio al termine della propria vita disse "Indro Montanelli, solo giornalista") ed esercita un potere distinto che purtroppo spesso volte è autoreferenziale, non ammette i propri errori e non pensa di essere soggetto alle leggi, né ai regolamenti, né ai codici etici. Forse così si afferma, ma nello stesso tempo si indebolisce, perché non risulta più credibile e perde quell'effetto di contrapposizione rispetto agli altri poteri.



■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**S**i.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**S**i, ed è ovviamente ancora un potere notevole anche se, rispetto al passato, la stampa qualcosa ha perduto, perché ha dovuto sacrificare parte del suo peso alla televisione che oggi la fa da padrona. Però la televisione fornisce più che altro delle suggestioni mentre la riflessione non può che avvenire su carta stampata. Gli opinion leader formano la propria opinione, credo, non solo attraverso l'apprendimento dei fatti ma anche attraverso una documentazione che non può che essere fornita dai giornali.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**R**ispetto ai tempi di Orson Welles, la stampa oggi è meno in grado di influenzare l'opinione pubblica. Questo perché il lettore può accedere a un numero sempre crescente di fonti d'informazione e può disporre di diverse chiavi di interpretazione della notizia.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TG La7"

**N**o, io penso che questa vecchia concezione della stampa che fa saltare i governi e che condiziona totalmente l'opinione pubblica sia esagerata. La stampa scritta influenza un'élite che poi a sua volta ha un minimo di influenza sulla società. Diverso il caso della TV. Qui c'è un rapporto diretto tra il potere e la gente che scavalca e annulla molte mediazioni.

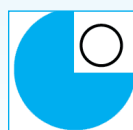


2

Probabilmente in una campagna elettorale conta più la battuta o l'espressione di un politico in televisione che non quello che scrivono i fondi dei grandi quotidiani. I politici danno alla stampa troppa importanza, sono prigionieri di questo gioco di specchi. Ritengono di essere popolari se la stampa parla di loro e ricorrono a tutti i trucchi perché ciò avvenga. Poi si lamentano di un giornalismo non attrezzato ad approfondire ma che insegue la battuta ad effetto, la polemicaccia e così via. Però non esiste corrispondenza tra gli orientamenti politici della RAI e gli andamenti elettorali nel paese, come non c'è stata storicamente nessuna corrispondenza tra la linea politica dei grandi quotidiani e i voti. Nel dopoguerra i grandi quotidiani erano quasi tutti liberali, e abbastanza conservatori, eppure il partito comunista e la democrazia cristiana facevano il pieno di voti.

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

Che la stampa sia un potere è sicuramente vero. E lo è in particolare oggi. Viviamo infatti un momento in cui i poteri istituzionali sono sbriciolati. Non a caso c'è chi si lamenta perché il Parlamento si è trasferito (come affermano alcuni maligni, esagerando) a "Porta a Porta". Nell'ottocento si sono affermati gli Stati che avevano dei confini certi e presidiati e si sono delineati poteri istituzionali definiti. Era una cultura di transenne. Adesso invece siamo nella cultura della permeabilità: i confini degli Stati sono stati resi evanescenti dalla globalizzazione, le lingue non costituiscono più una barriera perché si è affermato l'inglese come lingua veicolare, gli stessi poteri tradizionali sono spesso in conflitto tra di loro. In questo contesto, il quarto potere ha assunto ancor più importanza. Ed esso non è solo il potere degli editori e dei giornalisti, ma è anche un potere dei lettori che acquistano un giornale o assistono ad un programma tv. Quindi non è un potere assoluto perché viene votato tutti i giorni da chi legge o da chi ascolta. Quindi è un potere forte ma che, se il pluralismo delle testate viene mantenuto e difeso, viene punito e premiato tutti i giorni dall'insieme dei cittadini che acquistano, ascoltano o vedono i vari media.



■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

Credo che la stampa abbia un ruolo molto meno importante di prima, in conseguenza del calo delle vendite dei quotidiani. Questa flessione è stata compensata dalla televisione, che ha creato una realtà talvolta virtuale. In questo senso la televisione rappresenta attualmente, insieme ad Internet, il quarto potere significato da Orson Welles.

■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

Direi di sì, è ancora il quarto potere, ma in modo diverso rispetto agli anni '30 ai tempi del film di Orson Welles. E' la stampa intesa in senso lato nel suo corredo dell'informazione radiofonica, televisiva, via Internet e di tutti gli altri canali attraverso i quali si fa informazione. In particolare direi che la carta stampata è passata indenne in questo sessantennio, anzi quasi settantennio, e mantiene intatto il suo ruolo di quarto potere.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

Il giornalismo italiano è profondamente viziato da faziosità e protagonismi, fortunatamente l'opinione pubblica decide con la sua testa al di là della tv, delle radio e dei giornali

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

È probabile che ci sia chi voglia esserlo. Per me non è né potere né controparte, ma controllo sul potere. Non solo i grandi poteri, ma anche i piccoli poteri che si annidano dietro gli sportelli di un ufficio pubblico, o in un ospedale, o al riparo di una divisa, insomma ovunque ci sia da fornire un servizio al cittadino che ha diritto di essere rispettato.



2

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore "Il Giornale di Sicilia"

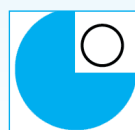
**D**ipende. In alcune circostanze può essere il primo. In altre può non contar nulla. E poi parlare di informazione è generico. Talora fuorviante. Ci sono giornali che contano di più e altri che contano meno.

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Riformista"

**I**o direi di sì, naturalmente nelle società che hanno un'opinione pubblica molto forte lo è di più. Che cosa intendo per opinione pubblica? Ci sono paesi, soprattutto anglosassoni, dove vige la regola che, quando una persona è stata per venti giorni di seguito in prima pagina, si deve dimettere. Come abbiamo visto in Italia, il governatore Fazio è stato ben più a lungo in prima pagina ma non si è dimesso. Quindi l'opinione pubblica in Italia è meno rilevante che in altri Paesi.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore "Il Foglio"

**S**ì. Ma il quarto potere non è composto dai giornalisti. Soprattutto in Italia è composto dagli editori. La campagna del Corriere della Sera contro Ricucci che tentava la scalata alla proprietà è l'esempio più vicino e anche più illuminante



3

*Quando può avvenire, secondo Lei, la manipolazione della notizia e in che termini?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore "La Stampa"

**L**a manipolazione può avvenire in una quantità infinita di modi, in base a quella che è la visione del giornale, l'interesse dei suoi azionisti... addirittura i rapporti privati dei giornalisti. La manipolazione può avvenire attraverso la titolazione che forza l'articolo in qualche direzione anche se l'articolo magari è corretto, può avvenire con delle scelte fotografiche. Per quanto riguarda la televisione, la televisione è un ottimo strumento d'ordine pubblico: può fare apparire che in una piazza dove parla un politico c'è un'enorme quantità di persone perfettamente composte che plaudono mentre magari ce ne sono poche decine e in un altro angolo della piazza c'è della gente che si sta azzuffando.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore "Il Gazzettino"

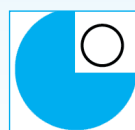
**L**e manipolazioni possono avvenire sia nella fase di raccolta delle informazioni (scelta delle fonti) che nella scrittura dell'articolo, ma bisogna fare in modo che ciò non accada. Quando il direttore non interviene per manipolare, quando si responsabilizzano i giornalisti e la redazione, quando i responsabili di settore controllano, la manipolazione non avviene. E' difficile che un pezzo di un cronista venga modificato senza che ciò abbia conseguenze. Non è che il direttore o un caporedattore o caposervizio possano tranquillamente "infiltrarsi" in un pezzo, cambiare quanto un collega ha scritto. La manipolazione avviene in molte forme, ma il più delle volte è facilmente individuabile: un articolo di cronaca nel quale vengono espressi giudizi personali, il "taglio" di una pagina e la sua composizione, un titolo esageratamente aggressivo, una replica non concessa, la mancanza del controllo della fonte. In televisione un chiaro esempio di manipolazione è la gestione degli applausi. E' chiaro che gli addetti al settore hanno più strumenti per individuare la notizia manipolata rispetto ad un normale fruitore di media.



3

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**L**a manipolazione della notizia può avvenire in tante fasi. Laddove si costruisce una notizia nascondendone o accentuandone una parte, c'è manipolazione. Faccio alcuni esempi, casi di attualità: quando vedo apparire sulle pagine di un quotidiano, sempre lo stesso tanto per intenderci che è il Corriere della Sera, la notizia dell'avviso di garanzia a Fazio in presenza della smentita da parte della Procura, e sotto leggo un editoriale che dice che Fazio se ne deve andare, allora mi chiedo che cosa è avvenuto, che tipo di notizia il giornale mi sta dando. Se la Procura dice che non c'è l'avviso di garanzia, la notizia è caso mai questa. Altrimenti siamo al paradosso, all'annuncio di un futuro probabile, di un'ipotesi, di un'intenzione. Senza tener conto, tra l'altro, che l'avviso di garanzia è, o meglio dovrebbe essere, uno strumento che garantisce alla persona indagata il diritto alla difesa. In questo caso si registra un uso spregiudicato dell'informazione dell'avviso di garanzia e un uso ancor più spregiudicato delle informazioni che provengono dalle Procure. Noi abbiamo vissuto una stagione terribile, che ha visto qualcuno all'interno delle Procure usare i giornalisti per diffondere notizie e per scatenare campagne diffamatorie e quindi politiche contro questo e quel personaggio. In qualche caso le persone accusate avevano effettivamente responsabilità, in molti altri casi non ne avevano, ma furono ugualmente travolti e spazzati via dalla scena politica e pubblica. Il loro onore fu restituito soltanto dopo molti anni. E' un esempio di giornalismo che vorrei non dover rivedere, è un esempio di giornalismo su cui dovremmo riflettere. Se mi è permesso aggiungo di più: io vengo dal giornalismo chiamato economico, che ho fatto per molti anni all'inizio della mia carriera, e di alcune cose mi sono reso conto: a) che i giornalisti economici non leggono i bilanci delle società, b) che i giornalisti economici si limitano spesso a partecipare alle assemblee e a redigere ciò che viene comunicato loro in assemblea, c) che spesso l'unica fonte dei giornalisti sono gli operatori finanziari o i manager interni alla società. Naturalmente la diffusione delle notizie così raccolte è funzionale agli interessi delle imprese e i giornalisti sono il consapevole o inconsapevole strumento di diffusione di notizie che hanno rilevanza di un certo tipo. Da quel momento ho capito che l'autonomia di questo mestiere è spesso delegata alla controparte e che troppo spesso non c'è alcun controllo della notizia. Allora mi chiedo: è mai possibile che in questo paese nessuno dei grandi quotidiani che oggi ci



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

fanno la morale, nessuno nei grandi nomi del giornalismo che oggi ci insegnano che bisognava mandare a casa Fazio, si sia accorto che in Italia esisteva un problema FIAT? Possibile che nessuno se ne sia mai accorto? Oggi ci parlano tanto di conflitto di interessi, di intrecci azionari, di moralità, ma io continuo a domandarmi: tre quarti della stampa italiana, la più importante, quella che vende di più in edicola –parliamo del Sole 24 Ore, il Corriere della Sera e la Stampa- in qualche modo legata alla FIAT, non si è accorta per decenni che la FIAT era sull'orlo del baratro? Nessuno ha raccontato cosa stava accadendo. Tutti, tranne pochissimi per la verità, hanno "bevuto" la storia che la rottamazione era funzionale per la ripresa del mercato, anziché dire che era funzionale per tappare i buchi della FIAT. Beh, allora bisogna dire che c'è un problema di onestà del direttore e correttezza e dei giornalisti. Oppure continuiamo a prenderci in giro.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**P**uò avvenire prima di pensare un articolo, può avvenire durante la stesura o dopo la stesura di un articolo: comincia dal titolo e finisce con il testo. Se uno vuole manipolare non ha problemi. È molto più facile manipolare una notizia che raccontare la verità.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**L**a manipolazione può avvenire a tutti i livelli, a partire da coloro che informano i giornali. Rispetto al passato, abbiamo infatti assistito alla forte crescita del mondo della comunicazione e non solo d'impresa ma anche politica. La manipolazione avviene principalmente nel momento in cui si danno ai giornali informazioni incomplete se non false. Per esempio, mi piacerebbe che tutti coloro che forniscono ai giornali informazioni di hi-tech si mettessero anche nella condizione di doversi rettificare e di non dare soltanto la colpa ai giornalisti della loro incompletezza o della loro strumentalità. Questo fa parte anche di un senso etico della funzione di informatori, che spesse volte sfugge sia ai comunicatori che ai giornalisti. Ovviamente la manipolazione avviene anche all'interno delle testate, spesse volte perché le idee si antepongono ai fatti, oppure perché i fatti vengo-



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

3

no messi in torsione al punto che possono in qualche modo confermare delle tesi precostituite. A volte si manipola senza volerlo, quando per superficialità o per supponenza ci si avvicina a situazioni complesse, che sono tali anche quando sono banali e riguardano la vita quotidiana e quando si pensa che i soggetti dell'informazione, cioè le persone di cui si parla, abbiano un peso minore: il primo ministro dovrebbe avere lo stesso peso del protagonista di un fatto di cronaca.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore *“La Nuova Sardegna”*

**T**utte le volte che si guarda dall'altra parte.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore *“Libero”*

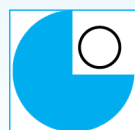
**L**a manipolazione è sempre possibile, dipende dal grado di onestà di chi opera nel settore dell'informazione. Normalmente la manipolazione, almeno per quanto riguarda la mia esperienza, avviene così: un giornalista che telefona, che intervista, che ti fa delle domande, e utilizza poi soltanto una parte (a sostegno della sua tesi precostituita) di quanto hai detto. La decontestualizzazione della risposta è una falsificazione.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore *“Messaggero Veneto”*

**L**a manipolazione può avvenire sempre, dal momento in cui il giornalista raccoglie la notizia fino all'eventuale intervento del direttore, e può consistere nel nascondere una parte della verità o stravolgerla del tutto.

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore *“Il Messaggero”*

**Q**uesta è materia che io insegno all'Università. La manipolazione paradossalmente avviene molto prima che il giornalista si occupi di quell'argomento. Perché la manipolazione, se manipolazione c'è (e non intesa in senso scien-



tifico ma tecnico) è altra cosa. La manipolazione nell'accezione comune, avviene nel momento in cui le fonti forniscono le informazioni. Faccio un esempio. Se io da una certa zona del mondo ho un tipo di informazione che non è verificabile, la prendo per buona, ma solo perché non posso fare altrimenti. Se manipolazione c'è, c'è prima. Ancora, paradossalmente la quantità di informazioni che arrivano oggi nelle redazioni è sì uno strumento di conoscenza, ma può essere anche uno strumento di manipolazione. Perché se al posto di ricevere dieci notizie ne ricevo cento e sono preoccupato di dare le cento notizie, alle dieci importanti o magari non presto attenzione o sono costretto ad essere superficiale. Per cui quello che mi preoccupa è chi detiene le chiavi della conoscenza, come si acquisiscono le conoscenze. A fronte di questo, l'unica difesa possibile è quella della preparazione. Cioè paradossalmente in questo momento che hai tantissime informazioni (40 anni fa avevi una o due agenzie, adesso hai Internet, hai l'informazione telematica, i canali digitali, le parabole), il problema vero è la qualità dei giornalisti. Perché se il giornalista riceve l'informazione ma non è capace di discernere perché ne ha troppe e non conosce l'argomento, l'informazione è manipolata a prescindere.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore *“TG La7”*

**S**econdo me, ci sono stati due grandi modelli informativi. Un modello “Repubblica”, che dichiara apertamente: noi siamo schierati da una parte. Poi c'è un modello più classico, il “Corriere” di una volta, in cui si dice: noi non siamo schierati. Prendiamo posizione sulle singole questioni, ma non stiamo 365 giorni all'anno da una parte o dall'altra. In realtà si può manipolare rispetto ad entrambi questi schemi. Si può fare i finti inglesi, cioè dire al lettore “io sono obiettivo”, e poi invece cercare di forzarlo forti proprio di questa autorevolezza che viene dalla presunta obiettività. Oppure ci può essere una manipolazione per passione, militanza. Allora ci si limita a propagandare le proprie idee e non si dà conto delle idee diverse dalle proprie. A me piace un modello intermedio, in cui il giornalista fa capire esattamente come la pensa, e lo dichiara onestamente, ma al tempo stesso sta attento a fornire anche gli elementi che non rafforzano la propria tesi. Il massimo sarebbe descrivere un fatto, poi dire “io su questo fatto la penso così, gli argomenti di chi non la pensa come me sono questi, vedete voi quali conclusioni trarre”.



3

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**C**i sono due tipi di manipolazioni. C'è una manipolazione che mi piace e una manipolazione che non mi piace. La manipolazione che mi piace è, ad esempio, quella esercitata da un giornalista che guarda i fatti con i suoi occhi. Quindi quando un giornalista di destra legge con i suoi occhi il conflitto arabo-israeliano fa sicuramente una manipolazione. Non una manipolazione dei fatti ma una manipolazione interpretativa. E quando un giornalista di sinistra guarda la stessa cosa con i suoi occhi fa anche lui una manipolazione. Ma questo non è un peccato giornalistico. Anzi, questo è il sale dell'informazione. Spesso il grosso pubblico dice che vorrebbe un giornale che sia assolutamente obiettivo, il che sarebbe come dire che all'acqua minerale preferirebbe quella distillata. La soggettività è il sale dell'informazione. Non a caso c'era un famoso giornalista americano che diceva: "io non sogno il giornale obiettivo, perché poi finisce per essere il giornale di stato. Io mi sento tutelato solo da una pluralità di giornali. Sogno cioè un paese dove ci siano tanti media che confliggono tra di loro e dove l'arbitro del loro successo o insuccesso sia l'acquirente o lo spettatore". La manipolazione che non mi piace è, invece, quella costretta dai poteri che stanno sopra il giornale.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**L**a manipolazione è sempre esistita soprattutto per quanto riguarda la stampa italiana, anomala rispetto agli esempi e ai contenuti della stampa di altri paesi europei e del mondo anglosassone, poiché il nostro Paese ha ospitato un buon numero di editori atipici che controllavano i propri giornali non soltanto come business a se stante, ma li usavano anche per supportare le loro attività principali. Chi vendeva auto, chi computer, chi macchine da scrivere, palazzi; quindi i giornali avevano un secondo fine. La volontà degli editori era poi condizionata anche dal potere politico, dal partito che in quel momento aveva più voce in capitolo. Pertanto la manipolazione, soprattutto per quanto riguarda l'aspetto politico, c'è sempre stata. Ritengo che in questo momento, anche rispetto ad un passato piuttosto recente, la manipolazione sia meno importante, anche se, torno a ripetere, che l'obiettività assoluta non esiste. L'obiettività è relativa perciò non dobbiamo illuderci che la manipolazione sia stata vinta.



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**P**uò avvenire in qualsiasi momento fino alla messa in pagina del testo. La manipolazione può essere di diversi tipi, però direi – per restare fedeli alla sua citazione della domanda precedente, al film Quarto potere, che teorizzò la stampa come potere indipendente – che si sono fatti molti progressi per impedire la manipolazione della notizia. In quei tempi, un giornale monopolista in un determinato Stato, in una determinata regione poteva fare il bello e il cattivo tempo, forzando gli eventi, l'interpretazione degli eventi, descrivendo situazioni con toni apocalittici o ammorbidenti a seconda dell'intenzione dell'editore o del direttore. Oggi questo è molto più difficile perché noi viviamo in un sistema molto, molto più pluralista sia per la presenza di vari organi d'informazione sia per la presenza del mondo di Internet (che è un mondo molto libero), del mondo della televisione e delle radio. Tutto questo fa sì che la manipolazione è resa più ardua e quando qualcuno è "beccato" sul fatto, la paga duramente nel mondo della comunicazione. Quindi i manipolatori esistono e probabilmente esisteranno sempre, ma col passare degli anni avranno avuto la vita più difficile e non più facile come forse pensava Orson Welles nel girare *Citizen Kane*.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**L**a manipolazione, che disprezzo e non pratico per principio (anche se nessuno, me compreso, è indenne da incidenti di percorso) può avvenire sempre ed ovunque

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

**Q**uando i giornalisti, invece di fare i cronisti, cioè i testimoni, si sentono protagonisti. E allora fanno i politici, o gli uomini dei servizi segreti, o i magistrati, o gli agenti di Borsa, o i commissari tecnici della nazionale di calcio, e senza neanche dichiararlo. Da questi giornalisti ci guardi Iddio.



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

3

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore "Il Giornale di Sicilia"

**L**a manipolazione può avvenire sempre. In modi variegatissimi. Devo dare una risposta o scrivere un saggio? Come risposta va bene così, il saggio non sono in grado di scriverlo.

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Riformista"

**L**a manipolazione è l'uso strumentale delle notizie. Partiamo dalla selezione. Io do le notizie che sostengono meglio la mia tesi politica, o i miei interessi e le do con più rilievo di quelle che invece dimostrerebbero il contrario. La prima manipolazione è la selezione: quello che metti in prima pagina, come lo titoli e così via. L'altra manipolazione è la faziosità, l'interpretazione della notizia tirandola per i capelli, cioè intendendo di tirarla a proprio vantaggio.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore "Il Foglio"

**D**ifficilmente la manipolazione viene fatta con un articolo o in un articolo del giornale. La vera manipolazione, quella più sofisticata, si ritrova quasi sempre nelle cosiddette campagne di stampa. A volte basta scegliere bene le persone da intervistare per compiere la più sofisticata delle manipolazioni.



4

*Secondo Lei vi sono settori a più alto rischio di inquinamento?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore "La Stampa"

**D**ipende da che cosa s'intende per inquinamento. Possiamo dire che il giornalismo economico, come quello sportivo, sono sezioni dell'informazione ad alto rischio; ma tutti i settori lo sono, a partire da quello politico, dove spesso i rapporti tra giornalisti e uomini politici è tale per cui i cronisti scrivono meno della metà di quello che fanno.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore "Il Gazzettino"

**C**ertamente la politica e l'economia. Le forme in cui si manifesta l'inquinamento della notizia sono l'autocensura e le omissioni. Ciò avviene soprattutto quando il direttore ritiene che una notizia danneggi l'editore e decide di oscurarla. Anche in questo caso ci sono vari "livelli" di manipolazione: c'è l'omissione totale (gravissima), oppure la diversa impostazione anche grafica, il diverso "taglio" della notizia. Ad esempio, sarà difficile che sul Corriere della Sera compaia con grande evidenza una notizia che risulti negativa all'azionariato di riferimento, così anche sul Giorno o su Il Gazzettino. Poi c'è la cronaca, ma qui i rischi di inquinamento sono minori, perché la cronaca richiede tempestività ed efficacia. Se la notizia è "Romiti uccide con la pistola un vicino di casa" ... beh, è evidente che non si può omettere e che il fatto creerà una situazione di forte imbarazzo. Ma si tratta di un fatto di cronaca che riguarda un personaggio pubblico e che quindi deve essere riportato ai lettori. Voglio dire che tutto va ricondotto all'importanza della notizia e che la centralità dell'informazione è alla base della professione giornalistica.





4

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**L**a politica e l'economia. Io li metto sullo stesso piano, perché ormai sempre più spesso la seconda è legata alla prima e viceversa. Gli interessi sono trasversali. Un Paese come il nostro, che nega l'esistenza di lobby e di gruppi di pressione che determinano le scelte politiche, è un Paese ipocrita, che nasconde la verità. Un Paese che non ha ancora avuto il coraggio di raccontare, per esempio, la vera storia dei registratori di cassa, che furono introdotti come necessità per bloccare gli evasori fiscali proprio quando facevano molto comodo a un'azienda in particolare e quando il ministro dell'epoca si chiamava Bruno Vicentini, che era stato per lungo tempo uno dei collaboratori di Carlo De Benedetti. Io trovo che questi intrecci siano pericolosi e ipocrita è la stampa che non ne parla, così come ipocrita è quella stampa che continua a parlare di moralità ma non ha il coraggio per esempio di dire perché sul caso FIAT non ha chiesto scusa ai lettori di non essersi accorta per dieci anni di ciò che stava accadendo. Altrettanto pericoloso è il caso che riguarda la Parmalat. Ma come, c'è stato il più grande scandalo finanziario e industriale della storia del nostro Paese e in questa vicenda noi a cosa abbiamo assistito? Su questa vicenda, improvvisamente, è calato il silenzio: non si è parlato delle responsabilità delle banche se non in pochi, riservati e timorosi articoli, ma non si è affrontata la questione vera. Le banche avevano o non avevano responsabilità? Addirittura, qualche giornale ha preferito inseguire la pista della politica, deviando l'opinione dalle vere responsabilità e cause di quel disastro economico che ha provocato la rovina di centinaia di famiglie e di risparmiatori. È stato uno dei più scandalosi episodi di insabbiamento giornalistico, il porto delle nebbie. Una volta era così chiamato il palazzo di Giustizia di Roma, oggi il porto delle nebbie ahimè sono i giornali.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**F**accio il giornalista da trentacinque anni. Ho diretto un quotidiano come "Il Messaggero", ho diretto il più importante quotidiano sportivo, mi sono occupato di politica estera come corrispondente dall'estero, mi sono occupato di economia, di costume e società. Alla luce della mia personale esperienza, credo che l'inquinamento, può essere astutamente generalizzato.



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**D**iciamo che tutti i settori di cui si occupa un giornale sono a rischio di inquinamento, che cresce nella misura in cui quei settori trattano di beni fondamentali del cittadino che riguardano i propri diritti civili, soprattutto politici. O che riguardano la salute, oppure la famiglia, oppure il risparmio, che è un bene costituzionalmente garantito e dove naturalmente l'eventuale inquinamento della notizia può provocare danni di carattere patrimoniale. Credo che comunque i danni peggiori si producano nel momento in cui un'informazione poco accurata e poco attenta rovina delle persone perché le espone ad accuse che poi si rivelano non vere e per le quali non è più possibile ristabilire o risarcire il danno dal punto di vista

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**S**ì, l'economia.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**S**ì, l'economia che si presta, insomma, a manipolazione e ad inquinamenti; anche la politica è un po' così, perché l'utilizzazione delle risposte dei personaggi direttamente coinvolti nei fatti, in una certa maniera può essere fuorviante.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**Q**uello economico innanzitutto, considerati gli interessi in ballo. Poi quello politico.



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

4

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**S**ì, per esempio la politica estera è sicuramente al vertice, perché i fatti accadono in Paesi spesso sperduti. Guardiamo il terrorismo. Il terrorismo è un classico in questo momento, perché chi sa davvero cosa sta succedendo in Iraq? Perché l'informazione che arriva da lì è una informazione già selezionata. Si può obiettare: ma arrivano diecimila fotografie! Ma cosa arriva? Se io domando quanti sono morti in Iraq dopo la fine della guerra, non sa rispondere nessuno. Quella è manipolazione o no? Se uno dice che sono morte 30 mila persone, sono veramente 30 mila o sono 60 mila? Quanti soldati americani sono morti? Quanti bambini? Chi lo dice? Eppure apparentemente le informazioni sono tantissime. Ma la quantità non fa la qualità.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TG La7"

**D**irei nel giornalismo economico. Lì la presa dei condizionamenti editoriali, dei condizionamenti pubblicitari si sente moltissimo, a volte non per mancanza di morale, ma perché uno che si occupa di borsa, che segue gli affari, è tentato in qualche modo di partecipare al gioco o facilmente si presta ad essere usato per determinati giochi anche in buona fede.

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**S**ettori dove le tentazioni sono più alte? Sicuramente il settore economico finanziario è ad alto rischio di inquinamento.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**I**giornali devono tener conto degli interessi economici dei propri editori, l'inquinamento quindi ci può essere e può essere notevole. Ritengo pertanto che l'economia e la politica, di cui ho parlato prima, siano i settori di maggiore inquinamento.



■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**I**settori a più alto rischio di inquinamento sono quelli dell'informazione economica e dell'informazione sportiva. Nei giornali oggi questi sono i settori – insieme ad altri quali la politica e lo spettacolo – più esposti perché i giornalisti sono specialisti o iperspecialisti e spesso coloro che dovrebbero controllare non hanno la competenza che hanno i giornalisti che ne scrivono e ne parlano in televisione o per radio. Sono i più esposti ma al contempo sono quelli messi sotto i riflettori dai giornali seri. Per questo hanno una maggiore esposizione al virus ma anche cure mediche più efficaci per combattere il virus stesso.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**N**on c'è settore immune da rischi.

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

**O**unque venga espressa una faziosità invece di un'indipendenza, ovunque non ci siano cronache ma teoremi preordinati, ovunque si faccia un titolo che prescinda dalla notizia, ovunque ci siano interessi che non c'entrano nulla con l'informazione.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore "Il Giornale di Sicilia"

**D**irei che ci sono settori esposti in modo diverso al rischio d'inquinamento. Il giornalismo economico ha rischi qualitativamente diversi da quello sportivo, per fare un esempio. Ma si tratta di differenze di qualità, non di quantità. In una società aperta, dalla politica allo sport, dall'economia allo spettacolo, ci sono strutture organizzate che esercitano un potere. E non c'è potere che, per sua natura, non cerchi di condizionare giornali e giornalisti.



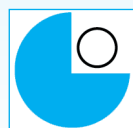
4

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Riformista"

**Q**uello dell'economia, l'informazione economica, senza alcun dubbio, perché lì girano interessi molto rilevanti, molto immediati.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore "Il Foglio"

**S**ì, il settore editoriale.



5

*Il giornalismo economico ha bisogno di garanzie e credibilità. Come si possono distinguere le notizie vere da quelle manipolate?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore "La Stampa"

**P**er distinguere le notizie vere da quelle manipolate credo che l'ideale sia leggere un certo numero di giornali. Anche per la situazione dell'editoria italiana dove i giornali sono largamente in mano a dei gruppi economici; è evidente che per avere un'idea chiara è opportuno affidarsi ai confronti tra le diverse voci. Questo naturalmente vale un po' per tutta l'informazione, per quella economica in particolare.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore "Il Gazzettino"

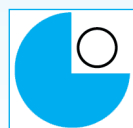
**L**a maggioranza dei lettori ha pochi strumenti di valutazione, perché generalmente si fida di ciò che scrive il proprio giornale. E' quindi molto facile che sia tratta in inganno e che non si accorga di eventuali scorrettezze o forzature. Nell'ultimo decennio però il lettore è diventato più colto, più attento, attinge a varie fonti di informazione e confronta. La televisione e internet hanno contribuito fortemente a questa evoluzione, offrendo continui aggiornamenti, telegiornali, notizie, forum di discussione. Il lettore ha così modo di verificare e approfondire. Non è più ingenuo o sprovveduto, è attento e se si accorge che il proprio giornale lo tradisce, protesta e scrive. Il lettore delle pagine di economia ha più strumenti anche intellettuali per capire, quindi se è vero che il giornalismo economico è quello a più alto rischio di inquinamento è anche vero che il lettore economico è quello a minor rischio di condizionamento.



5

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**S** secondo me il lettore ha pochissimi strumenti per capire se una notizia è inquinata, distorta o insabbiata. Solo leggendo più giornali può riuscire a crearsi un'opinione vicina alla realtà. Anche se il conformismo imperante della stampa italiana non gli consente di fare grandi passi avanti nella ricerca della verità. Anche in questo caso cito un esempio, vale a dire quanto è accaduto nel caso di Tangentopoli. In quegli anni, per manifesta volontà e ammissione - perché tutti poi lo ammisero - i principali quotidiani italiani, nonché i loro direttori e capiredattori, si telefonavano per concordare ciò che avrebbero scritto il giorno dopo. Questo fatto, questo modo di svolgere la professione, avrebbe dovuto provocare l'intervento dell'Ordine dei Giornalisti, che sanzionasse o perlomeno ricordasse le regole della professione. A cosa serve l'Ordine se non interviene su episodi così gravi e palesi? Stiamo parlando di concertazione dell'informazione, di giornalisti che concordavano i titoli d'apertura delle prime pagine dei più importanti quotidiani italiani. Era stato messo in piedi un sistema di "controllo" dell'informazione, che improvvisamente non era più pluralista, non sceglieva in autonomia e nell'ambito della propria coscienza su che cosa puntare, cosa accentuare, cosa enfatizzare. Si è assistito a uno spettacolo incredibile e poco dignitoso, quello di un'informazione coordinata da un gruppo ristretto di persone, quattro o cinque. Come avrebbero potuto i lettori capire e scegliere quale fosse il giornale obiettivo? L'informazione era orchestrata dai più importanti giornali italiani, che ovviamente influenzano tutto il resto della carta stampata. Questo è accaduto. Io ritengo che quella vicenda scandalosa avrebbe dovuto essere approfondita, sentendo le persone che si resero responsabili di questo. E invece no, l'Ordine dei Giornalisti su questa vicenda non è mai intervenuto, anzi ha fatto orecchie da mercante. Oggi siamo di fronte alla ricostruzione di una vicenda che riguarda l'avviso di garanzia del 1994 al Presidente del Consiglio, e che cosa scopriamo? Che il direttore del Corriere della Sera dell'epoca è quello di oggi, e il capo redattore del Corriere della Sera dell'epoca è oggi il direttore di un quotidiano. E che dicono cose diverse su quella vicenda così importante, nella quale è evidente che qualcuno fece arrivare certe notizie in tempi utili ad una certa parte politica. Anche in questo caso l'Ordine non è mai intervenuto. Poiché su questo argomento c'è stata un'inchiesta giudiziaria, poiché forse qualcuno ha detto il falso in tribunale, sarebbe il caso di accertarlo, o no? Io credo di sì. Altrimenti, come facciamo a imporci come campione di moralità?



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**È** molto difficile. I giornali sono di proprietà di gruppi industriali, di gruppi finanziari, di imprenditori che hanno interessi economici o finanziari molto trasversali e operano in campi completamente diversi dall'editoria. Quindi è molto complicato avere un'informazione economica corretta. Ci si può provare, ma più gli editori saranno persone che si occupano di cose diverse dall'editoria, più l'inquinamento sarà un rischio reale. E' sempre più difficile tentare di restare al di sopra delle parti.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**I**nnanzitutto dal giornale: se il giornale è indipendente e rappresenta - al di là dei codici etici che sono necessari ma non devono essere soltanto scritti - una comunità di colleghi che sa, è addentro la materia di cui tratta, è in grado di distinguere le notizie vere da quelle manipolate, è in grado di resistere alle incursioni del potere, non distingue tra i proprietari e avversari dei proprietari, si rivolge all'intera comunità finanziaria ed economica avendo come unica barra del proprio quotidiano lavoro la ricerca dell'accuratezza, della credibilità e della completezza delle informazioni; allora io credo che questo possa essere una garanzia. Ma più dei codici etici, più di un buon direttore, fa la cultura della redazione, fatta di comportamenti e non di articoli. E i comportamenti, spesso quelli interni, contano molto. Naturalmente, abbiamo bisogno di codici etici più importanti e maggiormente rispettati.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**O**nestà intellettuale e professionalità.



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

5

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**D**ifficile distinguere quelle vere da quelle manipolate perché chi manipola non è stupido. Il problema è che la stragrande maggioranza dei mezzi di comunicazione italiani è di proprietà di finanziari, di banche, di imprenditori i quali hanno degli interessi ben precisi. Chi lavora per un editore, che è finanziere, che è imprenditore, sa benissimo quali ne siano gli interessi e naturalmente è molto raro che un giornalista vada contro gli interessi del suo datore di lavoro.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**R**ivolgendosi a più fonti e procedendo a verifiche incrociate.

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**È** una questione di preparazione. Questo vale per tutti, ma per il giornalismo economico il discorso è più delicato. Qui vale: 1) la preparazione del singolo giornalista, che deve saper discernere. Un giornalista economico che non sa leggere nei bilanci è uno che ha perso la partita prima di cominciare; 2) deve avere le sue fonti ma deve saper discernere e quindi deve fare i controlli incrociati, e per fare questo deve essere preparato; 3) deve avere, ma questo vale per tutti, la spina dorsale. Ci sono giornalisti mascalzoni e ci sono quelli che non lo sono, ci sono quelli bravi e seri e quelli che non sono bravi e si prestano ad operazioni di basso profilo. Detto questo, poi il problema è che i giornalisti economici devono studiare e devono avere una preparazione specifica. Credo che i giornalisti leggano poco. Una volta entrati nel meccanismo della redazione, i giornalisti non leggono più, non approfondiscono. Credo che questo sia un problema fondamentale della nostra professione: il problema della qualità.



■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TG La7"

**D**evo dire che proprio lì l'Ordine deve lavorare molto. Ci vogliono dei codici deontologici molto più avanzati rispetto a quelli che alcuni giornali si danno. E' un tema di riflessione che andrebbe approfondito.

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**U**n giornalismo economico finanziario è sicuramente un settore molto più delicato. Io ho fatto giornalismo finanziario a tempo pieno per dieci anni e quindi conosco bene i limiti di questa attività. Ad esempio, il giornalista deve registrare quello che avviene, oppure deve dare conto anche di ciò che sta avvenendo e che magari non è ancora ufficiale? Io credo che il giornalista debba dar conto anche di ciò che sta avvenendo, anche se, per dar conto di ciò, si assume dei rischi. Dando delle anticipazioni (cioè facendo il proprio mestiere) il giornalista finanziario rischia di essere accusato di fare insider trading, cioè di orientare il mercato. Ma l'insider trading vive nel segreto: chi ha un'informazione finanziaria riservata, non la partecipa agli altri, ma si limita ad acquistare o a vendere. Un giornalista finanziario che pubblica una notizia esclusiva viene fuori alla luce del sole. Pubblicando la notizia la rende nota alla generalità dei lettori. L'insider trading si verifica quando la notizia riservata la fanno in dieci, non quando la fanno in cinquecentomila. In secondo luogo, nel suo esprimersi pubblicamente con tanto di firma, il giornalista finanziario si espone anche alle brutte figure, costruendo (o demolendo) la sua reputazione. Se un giornalista finanziario non è attendibile, si fulmina da solo perché i risparmiatori buggerati hanno la memoria lunga.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**I**l giornalismo economico ha avuto un boom negli anni '80 e '90, ma coloro che si sono dedicati a questo settore da cui anch'io provengo, sono scesi in campo privi di una cultura specialistica. Penso invece che, per godere di credibilità, i giornalisti economici debbano essere ben preparati e debbano



5

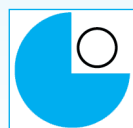
avere acquisito nozioni utili per poter decifrare le cifre dei bilanci e dei budget delle diverse aziende. La competenza è una garanzia per capire anche se le notizie sono vere o sono invece state manipolate. Il problema di fondo non è però soltanto la competenza dei giornalisti, ma anche quella degli uffici stampa e molte volte i rapporti fra gli uffici stampa delle varie aziende e i giornali sono rapporti non lineari. Occorre quindi maggiore chiarezza, maggiore trasparenza.

■ **PAOLO MIELI**  
direttore *“Corriere della Sera”*

**U**no dei problemi principali è quello del mercato, nel senso che in presenza di diversi organi di stampa, di diverse fonti giornalistiche, radiofoniche, televisive e Internet, il manipolatore – non intendo il manipolatore solo, ma un ambiente che produce manipolazione, quindi dal giornalista fino al direttore del giornale che pubblica le notizie manipolate – viene scoperto in modo molto, molto più rapido di quanto accadesse nel passato e la concorrenza ha tutto l'interesse a mettere in risalto questa manipolazione perché ne trae un vantaggio economico e diffusionale. Poiché io penso che la credibilità di un giornale sia minata in maniera devastante in caso di produzione di manipolazione, soprattutto nel settore economico, credo che oggi l'antidoto, oltre a quello del controllo delle istituzioni gerarchiche – parlo dell'ufficio centrale, dei capiredattori, dei direttori, dei vicedirettori e di coloro che sono preposti al compito di sorvegliare – è il mercato. Nel giornalismo economico un giornale che manipola è un giornale condannato ad essere relegato a basse tirature e a bassi numeri di vendita.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore *“TG 1”*

**P**er il giornalismo in genere potrebbe essere utile un codice d'onore. Tempo fa provocatoriamente, ma non troppo, ho detto che ciascuno di noi potrebbe dichiarare di che titoli azionari dispone, per quale squadra fa il tifo, per chi vota e anche se ha, o esclude, ambizioni politiche.



■ **LINO PATRUNO**  
direttore *“La Gazzetta del Mezzogiorno”*

**È** difficile, tranne che non si scriva che un asino vola. Bisognerebbe confrontare diversi giornali. In ogni caso il giornalismo economico è un settore ad altissimo rischio, più della politica.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore *“Il Giornale di Sicilia”*

**N**on esistono ricette o strumenti di verifica perfetti. Sono più controllabili da parte del lettore le notizie che vengono date con completezza. Dove, cioè, sono indicate con chiarezza le fonti e si dà conto di diverse opinioni e punti di vista. Il lettore deve sapere che il rischio di manipolazione è tanto più alto quanto più il contenuto degli articoli è presentato con tono assoluto e senza alcun ragionevole dubbio.

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore *“Il Riformista”*

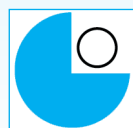
**I**ntanto rivolgendosi ai giornali che hanno una tradizione e una scuola di imparzialità e di correttezza. In Italia per fortuna abbiamo un giornale di questo tipo che è Il Sole 24 Ore, un giornale economico di primaria importanza in Europa, del quale in genere ci si può fidare. Può succedere qualche incidente, ma non c'è una disponibilità preconcepita alla manipolazione. A parte il nome a cui ci si rivolge, ci sono pochi strumenti. Questo è il punto nel quale il giornalista è cruciale: che, essendo il mediatore tra la notizia e il lettore, sta tutto nelle sue mani. Una strada è quella di avere dei codici etici, dei codici interni deontologici. Nel senso che in alcune redazioni ci sono dei codici a cui si devono attenere i direttori. Per esempio non possedere azioni se sono giornalisti economici, non giocare in borsa, non utilizzare informazioni privilegiate, e così via. Insomma servono una serie di regole a tutela del lettore che si danno gli stessi giornalisti.



5

■ GIUSEPPE SOTTILE  
condirettore "Il Foglio"

**C**hi è che dovrebbe poter distinguere le notizie vere da quelle manipolate: il direttore o il lettore?



6

*Paolo Murialdi, in un suo famoso libro, sostiene che nei principi e nella pratica della professione si richiedono "chiarezza" e "fermezza". Così 30 anni fa. E oggi?*

■ GIULIO ANSELMINI  
direttore "La Stampa"

**B**eh, Murialdi è uno storico del giornalismo che sa quello che dice. Ha certamente ragione. Avere coraggio o, come ha detto anche Ciampi qualche volta, avere la schiena dritta è una delle caratteristiche che distinguono un giornalista dall'altro e spesso anche un direttore dall'altro. Per quanto riguarda la chiarezza è evidente che un'informazione corretta ed onesta è prima di tutto un'informazione comprensibile; un'informazione poco comprensibile nasconde spesso degli interessi.

■ LUIGI BACIALLI  
direttore "Il Gazzettino"

**C**hiarezza mi pare logico, è una regola fondamentale. Quando si scrive si deve sempre pensare al lettore e quindi il linguaggio dovrebbe essere chiaro e comprensibile. Il giornalista non deve parlarsi addosso, magari pensando di avere come unici interlocutori i referenti politici o economici. Per quanto riguarda la fermezza, bisogna chiarire di cosa si tratta. Se per fermezza si intende coerenza, assenza di opportunismo, rigore morale, fermezza rispetto al potere, allora condivido pienamente. Io ad esempio ammiro molto Massimo Fini che discute e attacca politici di destra, di centro e di sinistra, perché è un signore che scrive quello che ritiene di dover scrivere, a prescindere dal quadro politico e dai poteri forti. Un giorno se la prende con Berlusconi, il giorno dopo con D'Alema, quello dopo ancora con Buttiglione. Lui evidentemente può permetterselo. In un paese in cui i giornalisti scomodi sono poco tollerati, non è facile vivere e lavorare in maniera tranquilla e con autonomia di pensiero.



6

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**L**a stessa cosa. Sottoscrivo, chiarezza e fermezza. In realtà mi sembra che la chiarezza non ci sia. I giornalisti sono stati tutti influenzati da Eugenio Scalfari, siamo tutti usciti ubriacati dall'esperienza di Repubblica, dal giornale partito, ossia un giornale che pretende di condizionare le opinioni e le scelte. Oggi più che mai i giornali sono strumenti del potere e di forti gruppi di pressione, lontani dal lettore e dalle persone comuni. Con l'aggravante che il più delle volte non dichiarano da che parte stanno e di chi fanno i giochi. Questo è pericoloso e in questo senso l'informazione e la professione giornalistica sono a rischio.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

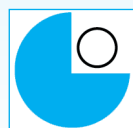
**A**ggiungerei, visti i tempi che corriamo, anche la leggerezza calviniana.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**S**i richiede la stessa chiarezza, che è anche semplicità. Più si conosce la materia più si è chiari e questi due elementi - chiarezza e semplicità - non significano banalità. La fermezza nei comportamenti, nella difesa della propria indipendenza sta nel fatto di non apparire - non soltanto di non essere - parte di uno schieramento o parte di una sfera di interesse. Aggiungerei anche due regole, che per esempio sono nei codici dei giornalisti e dei direttori di giornali americani: accuracy (accuratezza) e credibilità.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**O**nestà intellettuale e professionalità.



■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**L**a regola vale ancora. La chiarezza è sempre stata indispensabile e sempre lo sarà; si impongono un linguaggio piano e ragionamenti semplici. Quando si ha la verità sott'occhio, quando si conoscono i fatti è da sciocchi complicare tutto. Credo che intorcinare il discorso serva soltanto a chi non vuole comunicare. La fermezza è necessaria. Quando si ha conoscenza dei fatti non bisogna piegarsi a nessuno, benché ciò sia difficile per le ragioni che dicevo prima. I nostri editori non sono angioletti, ma gente che calpesta la terra rispettando solo i propri interessi.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**O**ggi più che mai.

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**N**on è cambiato niente, questo mestiere è sempre identico a se stesso, cambiano gli strumenti ma l'essenziale è sempre, come dice Ciampi, avere la spina dorsale.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TG La7"

**C**redo che a tutti si richiede chiarezza e fermezza, nel senso che per quanti codici ci si possano dare, per quanti controlli ci possano essere, alla fine (è l'aspetto bello di questa professione) chi racconta le cose è una persona che ha l'intelligenza, gli occhi, il cuore, le gambe per andare a vedere, capire e raccontare. I valori della persona si riflettono naturalmente in quello che fa. Quindi sì, ci vorrebbero dei giornalisti con la schiena dritta, quella è la premessa. Come in politica: si parla tanto di questione morale. Beh, essere persone perbene in politica dovrebbe essere l'antefatto ovvio.





6

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

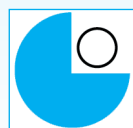
**M**urialdi ha la sua età e loda i suoi tempi. Oggi il giornalismo italiano è molto meglio del giornalismo di 30 anni fa. Se 30 anni fa mi avessero chiesto se la stampa quotidiana italiana fosse paragonabile alla migliore stampa internazionale, io avrei detto che non c'era gara. Se me lo chiedessero adesso, sarei certo nel dire che oggi la stampa quotidiana italiana è eccellente, è a livello internazionale e sta battendo, in qualità, quella francese. Oggi fanno meglio dei nostri grandi quotidiani solo il Washington Post, il Los Angeles Time, il New York Time, che sono espressioni del paese più ricco del mondo. Quindi oggi possiamo flagellarci finché vogliamo, ma dobbiamo anche essere coscienti che disponiamo di una stampa quotidiana con i baffi, per non parlare dei quotidiani locali italiani che sono incomparabilmente migliori di quelli Usa.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**A** maggior ragione oggi. Questa chiarezza, questa fermezza devono diventare i capisaldi della professione giornalistica. Sono piuttosto preoccupato a riguardo; le nuove leve, che dovrebbero essere più preparate dei giornalisti di trent'anni fa, grazie all'avvento delle scuole di giornalismo, non dimostrano di possedere quella fermezza, quell'amore per il "mestieraccio" che avevamo noi, forse anche perché il giornalismo si è burocratizzato. Per essere un buon giornalista bisogna capire che il nostro non è un lavoro come un altro, ma al pari della professione medica, deve essere considerato un po' una missione. Mi sembra che questa percezione manchi nei giovani colleghi tranne in rarissimi casi.

■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**I**o sono fermo a quei due principi di Paolo Murialdi. Mi sembra che siano validi ancora oggi. Chiarezza nel senso di un'esposizione in grado di essere capita da tutti coloro che sono interessati a leggere quell'articolo, a sen-



tire quella notizia o a seguirla per televisione. Fermezza va intesa come volontà di tenere una posizione finché si è convinti che quella posizione sia quella giusta. Poi, usare i criteri di trasparenza e di guerra, autentica guerra, alla manipolazione di cui ho parlato nelle risposte precedenti. Mi sembra che quelle due parole d'ordine di Paolo Murialdi di trent'anni fa siano valide ancora oggi.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**È** lo stesso anche se di acqua sotto i ponti ne è passata parecchia.

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

**O**nestà.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore "Il Giornale di Sicilia"

**È** ancora così. Purché la fermezza non chiuda la porta al dubbio e alla problematicità.

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Reformista"

**O**ggi c'è bisogno, oltre che di chiarezza e fermezza, anche di brillantezza, perché i messaggi sono talmente tanti che se non hanno quello smalto per arrivare al lettore con una loro carica, rischiano di perdersi nella bagarre generale. Quindi oggi è diventato importante, diciamo, anche quanto luccicano.



6

■ GIUSEPPE SOTTILE  
condirettore "Il Foglio"

**P**osso dare una risposta sincera: le parole di Murialdi sono come quelle di Ciampi. Buone per tutti i giorni e per tutti gli anni. Per la destra e per la sinistra. Per i lettori e gli editori. Sono parole che significano tutto e niente.



7

*Chi è il padrone dell'informazione: il lettore, come ha sempre sostenuto Indro Montanelli, o l'editore, o l'inserzionista?*

■ GIULIO ANSELMINI  
direttore "La Stampa"

**T**utti e due, variano solo le percentuali. È evidente che l'andamento delle copie è importante, è evidente che l'editore è importante perché poi molte decisioni in termini di potenziamento o meno dei giornali, di investire, le prende l'editore; la pubblicità ha un ruolo crescente che determina spesso la sopravvivenza dei giornali. Capita di giornali che sono stati chiusi pur andando bene in termini di copie ma perché non tornava più il riscontro pubblicitario. Questo è soprattutto vero nei periodici.

■ LUIGI BACIALLI  
direttore "Il Gazzettino"

**È** giusto dire che il lettore è il vero padrone del giornale, così come diceva sempre Montanelli. Infatti, quando ci si dimentica di lui e lui non si riconosce più nel proprio giornale, quest'ultimo si indebolisce. Questo nella teoria, in una visione romantica delle cose. E come tale poco realista. In realtà i proprietari del giornale sono gli azionisti, l'editore e ovviamente la pubblicità. Un giornale non può vivere né senza l'editore, né senza la raccolta pubblicitaria, che è l'unica vera fonte di sopravvivenza. Le vendite non bastano. Io ritengo quindi che non si possa ignorare che un editore va considerato come parte fondamentale della vita di un giornale e che con l'editore si deve convivere, conciliando le esigenze del giornalismo con quelle dell'editore. È assolutamente certo - e questo io lo vedo da molti anni - che non ci possono più essere steccati tra la parte giornalistica e la parte commerciale e questo accade negli Stati Uniti e nelle più importanti testate europee. È necessario trovare il modo affinché sulla barca su cui si naviga insieme si riesca a svolgere il proprio ruolo rispetto agli obiettivi. Non ci può essere una redazione che non tenga conto che gli editori hanno problemi di costi e di bilancio, perché questi ricadono poi sulla redazione e sui giornalisti. Se un direttore



7

non è in grado di gestire e controllare i costi, deve essere chiaro che la sua incapacità si riflette sull'andamento economico del giornale, quindi sull'indipendenza del giornale. Quando i conti non vanno bene, infatti, la testata diventa vulnerabile e appetibile per soggetti che magari poco hanno a che fare con l'editoria.

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**E**cludo il lettore. Lo escludo, purtroppo, nella maniera più categorica, nel senso che nei giornali non vi è alcun interesse del genere che il lettore desidera. In realtà i padroni dei giornali sono gli editori e gli inserzionisti. Il meccanismo è semplice: quando l'inserzionista fa alcuni miliardi di pubblicità su un determinato quotidiano o su un periodico, ha sicuramente un potere che gli è garantito non per contratto ma per prassi. Poi c'è l'editore. Il lettore vorrebbe che il giornale fosse il soggetto che interpreta e difende i "suoi" interessi, non i "propri" interessi. Vorrebbe trovare un giornalista che fa la domanda scomoda a qualcuno durante un'assemblea di soci, chiede qualcosa che non è stato chiesto, domanda come mai non è stata realizzata quella determinata operazione, come mai è stato fatto questo invece di quell'altro. E che a una risposta evasiva insiste. Così anche nella politica: ha notato che ormai vige l'abitudine, da parte dei politici, di farsi intervistare solo dai giornalisti amici? Accettano interviste solo da giornalisti che sono vicini alla loro parte politica, con i quali hanno un certo rapporto e una certa confidenza. Tempo fa mi è capitata questa vicenda: un importante conduttore, Maurizio Costanzo - faccio nome e cognome perché lo ho già scritto - mi dice: c'è D'Alema, è qui da me a "Uno contro tutti". Chi mi potresti mandare per intervistarlo? Lui non vuole nè te nè Guzzanti. Il fatto che ci sia in questo paese un politico - e questo riguarda il centro sinistra come il centro destra - possa scegliere i giornalisti da invitare nelle trasmissioni ed escludere quelli che non sono funzionali è aberrante. È un fatto gravissimo che andrebbe sanzionato. In nessun altro paese sarebbe permessa una cosa del genere. Invece qui sembra normale, noi continuiamo a parlare di regime ma non ci rendiamo conto che il regime è quello che impedisce ai giornalisti di parlare e fare domande. Io ho scritto tutta questa vicenda sul mio giornale, rendendola di dominio pubblico. Ma anche in questo caso l'Ordine dei Giornalisti non è intervenuto.



■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**N**on credo ci sia un padrone assoluto dei giornali. Penso si possa attribuire un 25 per cento al lettore, un 25 per cento all'inserzionista, un 25 per cento all'editore e un 25 per cento al giornalista. In questo modo abbiamo un'idea piuttosto precisa di chi è oggi il padrone dell'informazione.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**D**ovrebbe essere il lettore e lo è nella misura in cui il giornale ha una sua spina dorsale, una sua storia e una comunità di colleghi che esprimono dei valori. Quando questa storia, questa comunità di colleghi, questi valori declinano, naturalmente i poteri si spostano. Il buon editore è un editore che sa rispettare l'indipendenza della propria redazione perché sa che dalla credibilità e dalla forza di quella redazione deriva anche la sua credibilità e naturalmente la bontà del suo investimento.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**I**l lettore.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**P**urtroppo le cose si sono un po' mescolate negli ultimi tempi. Non c'è più l'editore puro che ha soltanto lo scopo di vendere il giornale, ma c'è l'editore che difende i propri interessi attraverso l'utilizzo di un giornale o di una televisione o di una radio. Rimane comunque il lettore il vero padrone, nel senso che non c'è giornale che possa sopravvivere senza essere venduto; se il giornale viene venduto e quindi soddisfa il pubblico, anche la pubblicità diventa un business.



7

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore “*Messaggero Veneto*”

**I**l padrone resta il lettore. Ma senza un buon editore e tanti inserzionisti si fa poca strada.

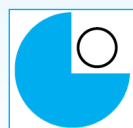
■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore “*Il Messaggero*”

**T**utti e tre. Primo perché dobbiamo partire da un dato: i giornali sono un prodotto che va sul mercato e deve essere venduto. Quindi bisogna fare dei prodotti che stiano sul mercato e siano concorrenziali. La legge del mercato vale per tutto. Siamo in un sistema pluralistico e quindi ognuno va con le proprie armi sul mercato. E, se non ti comprano, significa che hai sbagliato prodotto. Quindi, in questo senso il lettore, o chi guarda un programma televisivo, è in qualche modo padrone del giornale, a meno che non si voglia dire che si possono fare dei prodotti che non si vendono ma che servono ad altri scopi. Allora c'è un finanziatore. Senza pensare a finanziatori che hanno scopi non leciti, ci possono anche essere degli innamorati di un giornale assolutamente raffinatissimo, che nessuno compra. Questo è legittimo. Ma se stai sul mercato e vuoi stare sul mercato devi fare un prodotto che si vende. L'editore ha peso, ma fino ad un certo punto, nel senso che l'editore ha peso nel momento in cui sceglie quel direttore e quel tipo di giornale che fa. Credo che sia giusto che gli editori, nel momento in cui assumono un direttore, dicano che tipo di giornale vogliono fare, poi il direttore dice sì, lo voglio fare, oppure no, non lo voglio fare. Ovviamente anche in questo caso dipende dalla spina dorsale del direttore. Non penso che gli editori interferiscano più di tanto. Gli editori, se sono dei bravi editori, pensano anche loro innanzitutto che un giornale si debba vendere. Ovviamente nel momento in cui scelgono una direzione piuttosto che un'altra, scelgono un tipo di prodotto da portare sul mercato. Io non escludo che ci siano degli editori che pesano sulla fattura del giornale, però in genere sono portato a credere, per la mia esperienza, che i giornalisti qualche volta usano questa argomentazione come un alibi. Non avendo il coraggio, non avendo la forza, anche professionale, di dire le cose come stanno, si autocensurano e attribuiscono la responsabilità ad una possibile interferenza dell'editore, che per mia esperienza è rarissima. Non so se sono stato fortunato o perché faccio que-

sto mestiere in un certo modo, però spesso ho sentito colleghi che dicevano “ma questa cosa si può scrivere”? Come si può scrivere? Io rispondo sempre: se è successo si scrive, si scrive tutto, dipende da come lo si scrive. Il problema è come ti rapporti col tuo lettore o col tuo ascoltatore o col tuo spettatore. Mai sovrapporre il proprio modo di vedere, a meno che tu non dica: adesso però ti dico come la vedo io, quelli sono i fatti e adesso ti spiego come la vedo. Questo ovviamente è nella libertà del giornalista che non deve essere conculcata. Però francamente non vedo questo come un problema serio della nostra professione. La pubblicità. La pubblicità non condiziona il prodotto. A me, per esempio, non è mai capitato di dover dire non si scrive questa cosa perché sennò la Fiat, o qualunque altra azienda non ci dà la pubblicità. Anche perché qualche volta che è accaduto qualcosa del genere, io ho sempre avuto editori e concessionari di pubblicità che hanno risposto: voi fate il vostro mestiere, siamo noi che dobbiamo gestirci le notizie. Però è vero che la pubblicità condiziona il prodotto, perché la quantità della pubblicità, la collocazione della pubblicità, la pretesa della pubblicità di avere una certa sistemazione sul giornale (e vale anche per gli spot televisivi) è un condizionamento che non è “politico” ma è di fattura del prodotto. Questo problema esiste ed è serio. In America ci sono giornali nel cui bilancio il 90% di incassi, di introiti è rappresentato dalla pubblicità. Come si può pensare che questo non condizioni il prodotto? In Italia ormai siamo sopra il 60% dal punto di vista degli introiti. Quello che bisogna evitare, e credo che nella stragrande maggioranza dei casi viene assolutamente evitato, è che la pubblicità condizioni il contenuto del giornale.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore “*TG La7*”

**Q**uella dei lettori è una cosa vera soltanto in parte. E' chiaro che lo scopo dell'informazione è proprio parlare ai lettori, e quindi alla fine questi ultimi dovrebbero dare il giudizio essenziale. Però è chiaro che chi fa informazione ha dietro anche interessi che derivano dalla pubblicità, dal fatto che spesso gli editori sono anche dei potenti imprenditori. Secondo me il punto fragile di tutto il meccanismo informativo è la debolezza contrattuale dei direttori, nel senso che nel contratto bisognerebbe lavorare per un rafforzamento del potere del direttore. In realtà un direttore debole fa comodo a tanta gente: fa comodo all'editore perché lo può condizionare, fa comodo ai politici perché



7

lo possono spaventare minacciandolo, fa comodo purtroppo spesso anche ai giornalisti che, nascondendosi dietro logiche sindacali, anche a legittime rivendicazioni, lo vincolano. Spesso si sentono sciocamente più tutelati da un direttore debole che da un direttore forte. Bisogna intervenire sul contratto nazionale di lavoro perché il direttore abbia forza effettiva sia nei confronti della redazione che nei confronti dell'editore, e quindi anche nei confronti dell'esterno. Non so se ne saremo capaci.

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**M**ontanelli aveva ragione nel sostenere che il lettore era il padrone dell'informazione perché allora la componente pubblicitaria in un bilancio di un quotidiano era molto ridotta, quindi, anche formalmente, chi pagava il quotidiano era il lettore. Nei mensili odierni, la percentuale della pubblicità arriva all'85%, nei settimanali è sul 60%, nei quotidiani comincia ad avvicinarsi al 50%, e addirittura i quotidiani gratuiti sono pagati tutti dalla pubblicità. Questo sulla base dei dati di bilancio. Però non sarebbe sostenibile affermare che è la pubblicità che crea l'informazione (nemmeno nei quotidiani gratuiti), perché i quotidiani, anche quelli gratuiti, hanno bisogno, per ottenere la pubblicità, di avere dei lettori. Quindi, in sostanza, i lettori gettati fuori dalla finestra, rientrano dalla porta. Cioè l'inserzionista cerca un lettore che legga un giornale. E questo lettore lo legge perché ne condivide la formula.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**M**ontanelli ideò la Voce, di cui ero vicedirettore, che aveva come slogan "il lettore è il tuo padrone". L'esperimento dopo un anno purtroppo è fallito. Ciò dimostra che, sul piano pratico, chi legge non è il vero padrone del giornale. Il lettore può dare il suo entusiasmo, dimostrare il consenso rinnovando quotidianamente l'acquisto, ma non determina il successo del giornale. Credo che nell'economia di una pubblicazione, oltre al lettore, incida molto la rilevanza della raccolta pubblicitaria; lo dimostrano gli attuali problemi dei quotidiani in relazione al calo della pubblicità, che migra verso la televisione. Quindi chi detiene realmente il potere, oltre ai lettori, sono i grandi inserzionisti pubblicitari.



■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**I**l padrone resta il lettore. Però se non c'è alle spalle del giornale un bravo editore capace di coinvolgere gli inserzionisti interessati, oltre che a fare pubblicità ai loro prodotti, anche ad essere in qualche modo coinvolti nel successo economico del giornale, il lettore conta meno. Voglio dire che un giornale può essere fatto molto bene per il lettore, soddisfarlo, ma se non è capace di stare in piedi economicamente, di avere il successo – avendo le figure dell'editore e dell'inserzionista – è un giornale che avrà vita breve. Faccio un esempio: se io faccio un giornale perfetto, ma per fare questo giornale sono costretto a farlo fare a diecimila giornalisti, oggi quel giornale non riesco a farlo. A meno che non trovi un editore e un inserzionista che rendano compatibile la presenza in redazione di diecimila giornalisti (uso di proposito un paradosso) e quindi stabilità imprenditoriale dell'opera. L'attenzione al successo imprenditoriale di un giornale o di un giornale radiofonico o di un giornale televisivo è fondamentale. Per concludere, il lettore è il padrone ma quel padrone non basta.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**I**l lettore, ma purtroppo, oggi come ieri, c'è chi scrive per farsi bello coi colleghi, chi per compiacere un politico, chi per crearsi un credito con la grande impresa, o i cosiddetti poteri forti.

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

**D**ovrebbero essere i lettori, ma sono così pochi e pesano sempre meno sul bilancio. Gli editori possono fare il giornale che vogliono, ma senza inserzionisti non vanno lontano.



7

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore "Il Giornale di Sicilia"

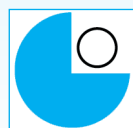
**I**l padrone è sempre l'editore. Il resto è legato alle sue scelte. Ci sono editori che hanno nei giornali un'attività principale ed esclusiva, che perseguono in modo pieno l'obiettivo di fare utili espandendo le vendite di copie e di spazi pubblicitari. Ce ne sono altri che hanno obiettivi diversi, per esempio politici (aumentare il consenso in favore di un partito o di uno schieramento) oppure economici (influenzare il potere per realizzare affari in settori diversi da quello editoriale). Nei primi il lettore conta di più. Nei secondi molto meno.

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Riformista"

**A**lla lunga dovrebbe essere il lettore, cioè il mercato. Nelle società in cui le aziende editoriali pensano davvero al profitto il padrone è il lettore, perché se ti compra poca gente non hai profitto e quindi... Nelle società come quelle italiane, dove spesso gli editori non fanno di mestiere gli editori, cioè non campano dei guadagni che fanno con i giornali, ma fanno tutt'altre cose (sono dei banchieri, fanno automobili, fanno la Telecom...), allora lì viene il sospetto che in realtà i giornali non siano fatti ai fini del lettore ma ai fini dell'editore.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore "Il Foglio"

**L'**editore.



8

*Internet ha radicalmente modificato l'accesso alle fonti di informazione. La notizia è garantita?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore "La Stampa"

**H**a modificato l'accesso alle fonti d'informazione nel senso che Internet porta una quantità di notizie e una democratizzazione dell'informazione, consente ad un sacco di gente di accedere a diverse fonti e moltiplica anche la quantità delle fonti. È evidente che molti siti Internet rappresentano un pericolo da parecchi punti di vista, basta pensare per esempio ai siti che diventano delle trappole per una quantità di persone o sprovvedute o troppo giovani. Quindi è corretto il dibattito su quali debbono essere gli elementi di controllo e di freno: questo vale per tutti e naturalmente anche per i siti d'informazione.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore "Il Gazzettino"

**I**nternet è un bel problema. E' indubbio che sia un mezzo straordinario, che ha rivoluzionato il modo di scrivere e comunicare. Una volta il giornalista che doveva fare una ricerca si alzava, andava in archivio, spulciava chili di carta, cercava, rimetteva a posto. Adesso sta seduto al computer, fa una ricerca in google o yahoo e immediatamente ha tutto quello che gli serve per documentarsi. Il problema è che non sempre quello che si trova in rete è corretto o giusto. Non c'è alcun controllo sulla veridicità dell'informazione e delle fonti. Molti siti giornalistici o presunti tali sono un copia-incolla di altri siti, un'accozzaglia di notizie prive di "autenticazione", scritti da non si sa chi. Le notizie non sono obiettive, non sono verificabili. Quindi, sia il giornalista che attinge informazioni da internet che il semplice navigatore, deve fare la "tara" e usare la lente di ingrandimento su tutto ciò che si trova on line. Meglio andare a colpo sicuro, nei siti autorevoli, riconosciuti come tali dalla "comunità" internettiana.



8

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**N**on è garantita, nel senso che noi troviamo spesso in internet informazioni che non sono certificate da nessuno. In rete c'è un grande flusso incontrollato di notizie. A volte trovo per esempio ricostruzioni che non corrispondono al vero, altre volte notizie assolutamente sconosciute e che non ho mai letto su un altro quotidiano. Allora mi chiedo da dove arrivano, chi le ha messe in rete. Nell'uso di internet, bisogna distinguere tra il cittadino e il giornalista. Il primo è libero di attingere alle informazioni come meglio crede, il secondo ha maggiori responsabilità, ha il dovere di selezionare e verificare le notizie. Bisogna fare molta attenzione: poiché fare un archivio documentato costa impegno, fatica e molto denaro, internet è diventato per i giornalisti un grande archivio. Il problema è che le notizie a volte sono vere, altre volte verosimili, altre totalmente false. Di bufale raccontate in rete se ne trovano molte e questo potrebbe diventare un problema per l'esercizio della professione. Il fatto è che il giornalista non deve essere il semplice raccoglitore di informazioni, deve essere il "cane da guardia" della notizia e del potere.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**I**nternet ha avuto il grandissimo pregio di svecchiare l'editoria, perché è il vero fenomeno nuovo, e penso che fra cinquant'anni l'editoria come noi oggi l'intendiamo sarà un residuo. Ha però il difetto che in rete le notizie sono incontrollabili; non esiste neppure una legislazione in proposito. Di conseguenza, su Internet, si può pubblicare qualsiasi cosa, o quasi. D'altro canto, per noi giornalisti, ormai lavorare senza Internet non è pensabile, anche se ci impigrisce. Con la navigazione in rete tutti i requisiti del buon vecchio cronista sono superati: scarpe buone che non si rompono a forza di camminare in giro a cercare informazioni, contatti personali, telefonate e tutto quello che faceva parte della nostra vita di giovani cronisti. Oggi, se uno vuole, grazie a Internet riesce ad ottenere ancora più informazioni restando seduto alla sua scrivania.



■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**L**a notizia non è mai garantita da nessun mezzo d'informazione evoluto. E non lo sarà mai. La notizia è garantita dalla capacità dei giornalisti di svolgere il loro lavoro. Lo è dai tempi del piombo, lo è nei tempi di Internet. Nell'immediatezza Internet funziona, essendo una piazza virtuale cui tutti possono accedere e che ha ovviamente una grande valenza democratica. Può però naturalmente rendere meno visibile il confine tra il vero e il falso, tra il superfluo e il sostanziale, tra il lecito e l'illecito. Sta a un buon giornalista capire questi confini.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**È** più difficile da verificare.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**L**a notizia non è mai stata garantita perché le fonti d'informazione, anche quelle ufficiali, sono sempre di parte. Un tempo, quando facevo il cronista, da ragazzo, mi rivolgevo alla questura, mi rivolgevo ai carabinieri, facevo il giro degli ospedali (non so se si usa ancora, non credo) e pertanto dovevo fidarmi delle fonti d'informazione (c'era poco da fare). Oggi le cose con Internet si sono complicate. Internet ti può dare qualsiasi cosa ma non è controllata. La devi controllare tu – c'è una massa di informazioni su Internet – perché l'abilità del giornalista, e solamente quella, può come dire selezionare e distinguere il grano dalla pula.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**I**nternet permette l'accesso a un flusso di informazioni senza precedenti, ma la notizia non è garantita.



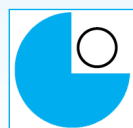
8

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**N**o. Penso che abbia ragione la Comunità Europea. L'Europa ha uno scontro in atto con gli Stati Uniti perché partono da due idee completamente diverse. Gli Stati Uniti pensano che Internet sia per sua natura uno strumento libero al quale possono accedere tutti. Questo ovviamente comporta una serie di problemi, perché non hai mai la garanzia che quello che ti arriva sia vero. L'Europa invece dice: bisogna che ci sia un'authority che controlli il contenuto di Internet. In realtà perché gli Stati Uniti si oppongono all'authority? Perché loro sanno benissimo che il controllo ci può essere, ma è un controllo tecnologico, e chi ha in mano le chiavi della tecnologia in realtà controlla il contenuto di Internet. Fa finta che tutto sia libero, ma in realtà nulla è libero perché Internet può essere controllato in qualsiasi momento: può essere oscurato, lo si può indirizzare, va da una parte, non va dall'altra. Terza riflessione. Internet è uno strumento apparentemente "democratico", in realtà non è democratico affatto perché Internet è uno strumento che ha bisogno di una tecnologia di base. In Africa, per esempio, dove ci sono meno telefoni che nella sola Manhattan, che senso ha parlare di libertà di informazione se non puoi accedere ad Internet? La ricchezza di un Paese oggi è rappresentata dalla conoscenza, che ti posso impedire in qualsiasi momento, privandoti dello strumento tecnologico o impedendoti di accedere alla globalizzazione dell'informazione e di diventare ricco. E' quello che succede all'Africa!

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TG La7"

**È** chiaro che Internet è una rivoluzione straordinaria, anche perché collega il mondo, nel senso che attraverso Internet un indiano può seguire cose americane, un americano può seguire cose cinesi, e via dicendo. Con l'inglese e Internet, il flusso di notizie dalle varie parti del mondo è straordinario e crescerà sempre di più. In questa fase il rischio è che l'eccesso di informazione produca disinformazione. Il compito del giornalista è selezionare le notizie, dare le chiavi di lettura, aiutare chi di mestiere non fa il giornalista a comprendere i fatti. Internet ora è un oceano dove spes-



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

so il navigatore si tuffa e naufraga per troppa informazione. Quindi il vero problema è lavorare sui motori di ricerca, fare in modo che Internet sia gestito, garantendo che la quantità si sposi con la qualità dell'informazione. Serve un lavoro di selezione, di filtro, anche se troppa selezione dell'informazione su Internet toglierebbe a Internet il suo carattere straordinariamente democratico. Quindi credo e spero che Internet resti un luogo di assoluta libertà ma che al tempo stesso chi vuole possa trovarvi luoghi di informazione più selezionati. Dentro Internet ci deve essere una informazione filtrata in maniera intelligente accanto a spazi di assoluta libertà.

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**I**nternet è uno strumento tecnologico, non è un modo di comunicare, non è nemmeno solo una forma di editoria. Internet ha sicuramente modificato anche in meglio l'informazione. Le faccio il caso dell'Ansa. Internet, ad esempio, consente ai miei giornalisti, dovunque essi siano nel mondo, di comunicare e di mandare i loro servizi in tempo reale. I fotografi, ovunque nel mondo, mandano le loro foto a colori già selezionate e pronte ad essere diffuse. In un istante possiamo accedere alle banche dati di tutto il mondo. Quindi gli strumenti a disposizione dei giornalisti, grazie a Internet, sono aumentati in maniera esponenziale. Internet inoltre consente anche di fare dei siti a costi sostenibili anche da parte di un cittadino normale. L'editoria viene quindi affiancata e, alle volte, pungolata dall'editoria del caminetto.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**N**on al cento per cento, come d'altra parte può accadere anche per le notizie diffuse dalle agenzie di stampa che vengono rielaborate dai giornali quotidiani. Quelle diffuse su Internet potrebbero però contenere un margine di incertezza in più rispetto ai comunicati delle agenzie, che essendo destinati ai media sono, teoricamente, più consolidati.



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?



8

■ **PAOLO MIELI**  
direttore *“Corriere della Sera”*

**S**ì, perché per esempio noi della carta stampata sappiamo che Internet non basta. E' un'immensa prateria dove c'è di tutto, è una straordinaria opportunità per arricchire il nostro lavoro in un modo che fino a dieci anni fa era impensabile. Ma dobbiamo avere un adeguato “setaccio” per distinguere il grano dal loglio di quelle notizie. Un giornale di carta stampata, fatto pescando qui e là in Internet è un giornale destinato ad essere minato nella credibilità e quindi a non avere quell'autorevolezza necessaria per vivere e vivere bene. Quindi Internet, ripeto, è un'eccezionale opportunità, ma da sola non fa un giornale.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore *“TG 1”*

**L**e notizie vanno sempre verificate.

■ **LINO PATRUNO**  
direttore *“La Gazzetta del Mezzogiorno”*

**N**ient'affatto. Finché Internet non sarà regolamentata chiunque potrà metterci su le sciocchezze che vuole. Ma regolamentare Internet mi sembra più complicato della pace in Medio Oriente.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore *“Il Giornale di Sicilia”*

**I**nternet è ancora un campo senza regole e dove le regole sono sempre più difficili da affermare essendo dominanti le posizioni di fatto. La qualità dell'informazione è ad altissimo rischio.



**Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?**

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore *“Il Riformista”*

**D**iciamo un po' meno. Sempre più la professione giornalistica sta prendendo piede in Internet e uno deve presumere che i giornalisti siano corretti. Stiamo parlando di cose che hanno a che fare con l'Ordine dei giornalisti. E' l'Ordine che deve garantire il cittadino, che la persona che mi sta dando delle informazioni è una persona professionalmente affidabile. A questo serve l'Ordine. E più giornalisti iscritti all'Ordine lavorano in Internet e più garanzie hanno gli utenti. Questo è fuori discussione. Devo anche dire che però secondo me alla gente non basta Internet. Io non vedo una sostituzione progressiva di Internet nei confronti dell'informazione scritta o televisiva.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore *“Il Foglio”*

**N**o. Su Internet ci sono fiumi di notizie. Ma è difficile, spesso, venire a capo della paternità.



**Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?**

9

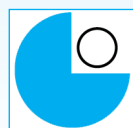
*Nel dirigere il Suo TG (o quotidiano o periodico) è mai stato tentato di forzare o spettacolarizzare la notizia per attrarre il maggior numero di lettori/spettatori?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore “La Stampa”

**S**ì, sì, sono stato tentato tante volte e qualche volta ci sono anche caduto. Se per forzare o spettacolarizzare s'intende l'enfasi data a titoli, ingranditi rispetto a quello che sarebbe stato giusto, non solo sono stato tentato ma l'ho anche fatto; se s'intende invece una falsificazione dell'informazione nel senso che la forzatura o il dimensionamento arrivavano aldilà di quella che mi sembrava essere la realtà sostanziale: no, questo francamente invece non l'ho fatto. E veniamo alla domanda sulle colpe più gravi.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore “Il Gazzettino”

**S**ì, perché un direttore deve applicare ogni tanto un sano opportunismo editoriale, anche spettacolarizzando le notizie. Non intendo con questo “inventare” la notizia, ma renderla più accattivante, visibile, appetibile. Con un titolo, un sommario, una grafica che attiri l'attenzione e che abbia un forte impatto mediatico. A volte i giornali fanno brutti titoli, piatti, tristi. Basta un po' di fantasia e acume giornalistico. Nel gossip, ad esempio, ci si può sbizzarrire, immettendo allegria e colore. Anche la scelta delle foto è importante per la spettacolarizzazione della notizia, sia in politica che nel gossip. Ad esempio, se si sceglie di pubblicare una foto di Anna Falchi, tanto vale che sia bella e rapportata allo scritto. Una foto che corrisponda al senso e al contenuto dell'articolo, con la quale costruire una pagina logica e gradevole. In questo senso accetto la spettacolarizzazione, intesa come vivacità: sulla scelta degli elementi del pezzo, del titolo, della foto. Sono invece contrario alla spettacolarizzazione vista come morbosità o esasperazione di un fatto di cronaca: non condivido quindi la speculazione fatta sulle foto di guerra, sul lancio dei sassi dal cavalcavia, su eventi luttuosi in generale.



9

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**S**i è tentati spesso, nel senso che si cerca di andare incontro ai gusti del pubblico e qualche volta si sa che alcune notizie solleticano la curiosità o peggio la morbosità. La tentazione c'è, qualche volta si resiste, qualche volta si cede.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**Q**ualche volta certo. Però, attenzione: una cosa è dare titoli falsi o false notizie, un'altra è rendere accattivante il titolo per conquistare l'interesse di un maggior numero di lettori.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**L**a tentazione è sempre presente in un giornalista, però un conto è quello di rendere una notizia più visibile, più leggibile e più attraente, un altro è manipolarla e spettacolarizzarla. Si possono presentare i fatti perché siano maggiormente leggibili, visibili e qualche volta anche maggiormente godibili, ma non si può e non si deve spettacolarizzare, manipolare, distorcere l'informazione e sbattere le persone in prima pagina. Credo che poi il lettore, di fronte a questi fenomeni di eccessiva spettacolarizzazione dell'economia, può essere attratto una volta ma la seconda volta non più. E si rischia di perderlo definitivamente.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**N**o.



■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**M**a qualche volta la forzatura è quasi indispensabile. La sintesi dei titoli è fatalmente brutale e la brutalità non sempre può riflettere in modo esatto la realtà (questo lo sappiamo, ma è un rischio del mestiere), mentre la spettacolarizzazione si può evitare. Quando manca la sostanza c'è la tentazione di spettacolarizzare. Quanto alla forzatura, non mi sembra necessaria; semmai, si può utilizzare un linguaggio come dire un po' pressapochistico; nel lessico comune a volte le parole non vengono selezionate secondo un rigore semantico.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**L**a notizia "gonfiata" alla lunga non paga. Il lettore prima o poi capisce il trucco e smette di credere nel giornale.

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**N**on è tanto il problema della spettacolarizzazione quanto il problema della scelta degli argomenti. Qualche volta è accaduto che nella presentazione è stato forzato un argomento, ma quasi sempre, nel momento in cui si fa la prima pagina e si imposta il giornale, l'importante è capire che cosa domani il tuo lettore ti chiederà. Perché, essendo un prodotto, glielo devo vendere. Allora è chiaro che il giornale che faccio io è diverso dal giornale che fa un altro direttore che si rivolge ad un target diverso. Non è importante che tu spettacolarizzi, è importante scegliere gli argomenti che sono congeniali a quel target. E' il target quello che fa la differenza, se tu lo sai inseguire e rinnovare in continuazione. Questo è il punto fondamentale. Per fare questo, ovviamente però dovresti avere: a) gli strumenti economico organizzativi, che non sempre ci sono; b) delle redazioni che ti seguono. Invece ogni giornalista ragiona con la propria testa e la difficoltà sta proprio nel far



9

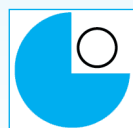
camminare le redazioni inseguendo questo obiettivo; c) guardarti intorno e vedere se quegli spazi, quel target è già stato occupato, e quindi capire se entri in concorrenza con qualcuno che ha già occupato, o sta per occupare, o cerca di occupare quel target che tu hai individuato come un possibile target di successo. Quindi devi costruire il giornale in modo che gli argomenti vadano nella direzione che vuole il target che hai individuato. Non si tratta di forzare, si tratta semplicemente di scegliere gli argomenti che vanno in quella direzione. Non c'è bisogno che io faccia un titolo scandalistico sul costo delle medicine perché di per sé il costo delle medicine è un argomento che interessa il mio target, si tratta però di trovare la notizia che riguarda i farmaci, questo è il lavoro.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TGLa7"

**Q**uesto è uno dei drammi della televisione. Nei quotidiani funziona anche l'informazione fredda, razionale, perché chi compra il quotidiano appartiene ad un pubblico selezionato. La televisione ha un pubblico vastissimo e vario, e combatte con il telecomando. Tante persone accendono la televisione ma tendono ad annoiarsi facilmente, non si interessano sempre ai temi difficili. Così i programmi vanno un po' scaldati emotivamente, bisogna fare in modo che chi guarda resti agganciato, perché altrimenti tende a scappare altrove con lo zapping. Se uno enfatizza la notizia fino a falsificarla, allora compie una manipolazione, se viceversa concilia razionalità ed emotività rafforza il suo messaggio. Se c'è l'uragano Katrina, uno può aggiungere al numero delle vittime e alla descrizione generale anche delle storie umane, specifiche. Così può scaldare l'informazione senza manipolarla.

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**N**o.



■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**T**ra i compiti di un direttore c'è quello di cercare di vendere il giornale, quindi è normale forzare moderatamente la notizia, che deve essere comunque veritiera, documentata e ben preparata. Si tende un po', almeno nei titoli, a spettacolarizzare l'avvenimento. D'altra parte, questo accade anche in televisione, basta vedere cos'è successo in questi giorni sulla vicenda di Lapo Elkann.

■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**M**ah, io direi che più che una tentazione si tratta di un dovere, ovviamente dentro confini deontologicamente corretti, vale a dire solo per rendere la notizia più attraente. Non si tratta di forzarla ma di darle il senso profondo, dandole anche una dimensione spettacolare. Questo è fra i doveri di un giornalista, di un direttore di giornale. Quindi io, più che tentato, mi sento obbligato a farlo, ovviamente, senza che questo possa apparire al lettore che sia una forzatura o una forma di spettacolarizzazione esagerata. E' lì il confine delicato su cui si basa anche il lavoro del direttore di un giornale: cercare di dare la notizia nella maniera più attraente per il lettore, convincerlo a leggere l'articolo che è sotto quel titolo ma senza mai dare l'impressione che si sia trattato di una forzatura o di una spettacolarizzazione. Per questo i titoli che estremizzano il contenuto dell'articolo sono sbagliati. Quelli che invece danno il senso di quell'articolo in maniera diretta, più avvincente, senza forzarlo e senza spettacolarizzarlo, ebbene quelli sono titoli, almeno a mio modo di vedere, giusti.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**L**a tentazione c'è, ma le do seguito rarissimamente.



9

■ **LINO PATRUNO**  
direttore “La Gazzetta del Mezzogiorno”

**C**erto. Ma spettacolarizzare non significa inventare, è una necessità per tenersi lettori così scarsi e così viziati dalla tv. Nei Paesi in cui si legge molto di più, i giornali non hanno bisogno di fare i numeri come al circo.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore “Il Giornale di Sicilia”

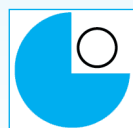
**L**e tentazioni ci sono sempre. Ritengo in buona coscienza non siano prevalse mai. O comunque in pochissimi casi. Bisogna aggiungere che non sempre direttori e giornalisti sono al riguardo liberi. Spesso sono condizionati dalle fonti. Faccio un esempio. Tanto più lontano è il luogo del fatto che fa notizia tanto meno si possono condurre verifiche ed esercitare controlli. Penso alla tragedia di New Orleans. Molte notizie diffuse dai grandi network, dalle agenzie e dalle televisioni mondiali, si sono poi rivelate tanto spettacolari quanto forzate o esagerate. Come potevamo io e i miei redattori verificare e controllare?

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore “Il Riformista”

**O**gni momento.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore “Il Foglio”

**I**l nostro successo raramente è legato alla notizia. Nel Foglio il lettore cerca per lo più la forza dell'opinione, l'originalità dell'idea, la lettura mai banale di fatti e avvenimenti.



10

*Secondo Lei cosa è più grave per un giornalista: censurare la notizia, bucarla, esagerarla, edulcorarla o ignorarla?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore “La Stampa”

**S**econdo me – io ho fatto il direttore per più di vent'anni – la colpa più grave per un direttore è censurare la notizia. Il direttore ha la funzione di garanzia del giornale, dei suoi redattori e deve quindi garantire che una notizia esca. Posto che il dato di fatto sia reale e verificato, non pubblicarlo è la colpa più grave. Per quel che riguarda il giornalista la colpa più grave in termini professionali forse è bucare, cioè proprio non sapere, non accorgersi. In termini complessivi, cioè dal punto di vista della persona forse altrettanto grave del bucare è sottovalutare, sopravvalutare, non capire, non accorgersi. Non basta sapere ma occorre darsi da fare, capire. Da un punto di vista etico esagerare la notizia, com'è capitato in tanti casi, anche senza arrivare a vere e proprie falsificazioni, beh, è anche molto grave.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore “Il Gazzettino”

**È** difficile rispondere, perché quelle che lei cita sono tutte cose gravi. Se dobbiamo fare una classifica, credo che censurare una notizia sia la cosa più grave. Le omissioni si notano molto nel mezzo televisivo, nei telegiornali dove spesso si fanno scelte squisitamente politiche. Per cui c'è Repubblica che non dà conto del fatto che Bossi ha fatto a Venezia un importante comizio e ha detto certe cose, ma preferisce parlare di Bertinotti o Rutelli. Così anche altri giornali. Più che di censura, si può parlare di scelta. Tale è anche quella di cosa mettere in prima pagina: tra due notizie bisogna decidere quale inserire, a quale dare rilievo. Quello che conta è stabilire le priorità sulla base dell'importanza della notizia e non sulla base di scelte di opportunità e di comodo. Un esempio: se un giornale è schierato dalla parte di Fiorani, non può permettersi di non inserire in prima pagina la notizia che Fiorani si è dimesso o che è indagato o è stato arrestato. Lo stesso vale per



10

Antonio Fazio o per altri importanti personaggi pubblici. La gerarchia della notizia prima di tutto, a prescindere dalle proprie valutazioni personali. Questo è il vero principio giornalistico imprescindibile. Poi ci sono scelte singolari, come quella fatta dal mio giornale di dichiarare aperto disprezzo nei confronti di un terrorista come Unabomber e di dargli un appellativo...ma questo non rientra nelle categorie delle domande che mi ha posto.

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

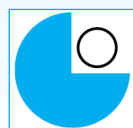
**S**ono tutte cose gravissime, ma c'è una scala di gravità: innanzitutto manipolare la notizia, poi censurarla o ignorarla. Bucarla è sicuramente meno grave, perché non c'è dolo, non c'è responsabilità. Succede, come mi hanno insegnato; i "buchi" si danno e si prendono, è nel gioco delle cose. Manipolare la notizia significa invece distorcerla e usarla per un preciso scopo. Il giornalista perde così un'occasione per svolgere bene il proprio lavoro, con quella moralità e attenzione che la professione richiede. In una parola, possiamo dire che ai giornalisti manca spesso il senso di responsabilità.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**C**ensurarla, sicuramente. Censurare mi sembra la cosa più grave. Gli altri sono peccati gravi, ma il primo è un peccato mortale.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**U**n giornalista che divorzia dalla notizia forse è meglio che cambi mestiere; se un giornalista pensa di edulcorarla o di esagerarla è ancora un pessimo giornalista ma è sicuramente al servizio di qualcuno. Un buon giornalista si muove con il barometro della propria conoscenza, della propria moralità e della propria etica della funzione. Qualche volta sbaglia, ma l'importante è che non sbaglia per conto terzi.



■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**C**ensurarla.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**S**e il buco è involontario non è grave; non si può pubblicare tutto: la mattina quando poi sfogliamo il nostro giornale paragonandolo con altri spesso ci accorgiamo di non aver dato peso o di non aver visto una notizia. Pazienza. Esagerare la notizia? Credo che ciascuno di noi in base alla propria professionalità cerchi di evitare enfattizzazioni. Edulcorare la notizia? Effettivamente è un rischio. Ma non lo temo: ho le mie difese. Di ignorare la notizia non mi è mai capitato.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**I**l buco è un errore ma non presuppone l'esistenza del dolo. Ben più grave è la censura.

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**S**ono tutte cose gravi per un giornalista, ma io ne metterei un'altra: non capire la notizia. E ritorno al discorso che ho fatto prima. Non capire la notizia è una questione di qualità spesso. Ti passano davanti, tu dici abbiamo bucato questa notizia; in realtà non hai bucato, non l'hai capita. Molto spesso sento la gente che dice: chissà perché non l'avete data questa notizia, chissà che c'è sotto! No, c'è solo semplicemente uno che gli è passata la notizia davanti e non se n'è accorto, non l'ha capita.



10

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**I**ncomincio dall'ultima, ignorare la notizia. In un sistema sociale e istituzionale libero come in Italia, si può ignorare la notizia? Se un giornale ignorasse sistematicamente le notizie importanti sarebbe gettato fuori dal mercato. Certo, la notizia può essere cucinata in una maniera o nell'altra, ma anche lì con una certa prudenza, perché se la notizia è importante non la si può mettere a pag. 24 a una colonna di piede. In questo caso infatti, è vero che la notizia è stata pubblicata, ma è stata anche minimizzata a tal punto da diventare ridicola agli occhi del lettore. Se ci fosse un solo giornale in circolazione, allora questo potrebbe fare tutto ciò che vuole. Ma se nelle edicole c'è una pluralità di giornali tra di loro concorrenti, com'è in realtà, beh, allora è un rischio di immagine grosso, ignorare o clamorosamente minimizzare una notizia importante. Le notizie non si possono ignorare, pena la perdita di credibilità e quindi l'uscita dal mercato. Si possono esagerare le notizie? Questa è una tentazione che sta, sempre, dietro l'angolo. Un delitto passionale dato a nove colonne è una esagerazione o una scelta? Bucare la notizia è un disastro, perché non si sa se la notizia sia stata ignorata o bucata. Il lettore infatti, che di solito è maligno, pensa che la notizia bucata sia stata ignorata, il che è anche peggio per la credibilità di un giornale.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**C**ensurare o ignorare la notizia è la cosa più grave; bucare, con l'aumento della concorrenza, può rientrare nella realtà delle cose, quindi lo considero un peccato veniale. La colpa peggiore, lo ribadisco è censurare o ignorare, che in fondo mi pare la stessa cosa.

■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**C**ensurarla, non ho dubbi. Però più grave è sapere una cosa e censurarla, a meno che la censura non la si faccia a fin di bene ma sarei in difficoltà a dover descrivere tutte le categorie che possono configurare questo modo di



dire "a fin di bene". Quindi, io direi senza dubbio che la cosa più grave è censurare la notizia. Poi, certo fa dispiacere bucare la notizia e non bisogna esagerarla. Edulcorarla è qualcosa di sleale ed ignorarla può configurarsi come una censura. Ma direi che fra censurare e ignorare ci sono le azioni più gravi che un giornalista può fare nei confronti di una notizia.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**S**ono tutte cose da evitare con cura. Non credo in una graduatoria da shift-parade.

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

**I**nventarsela.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore "Il Giornale di Sicilia"

**C**ensurare la notizia.

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Riformista"

**L**a cosa peggiore è esagerare la notizia. Perché censurare è sempre opinabile. Ci sono giornali come il nostro che non mettono tutte le notizie del giorno ma le scelgono. Ma in realtà tutti i giornali scelgono. Non possiamo pubblicare tutto quello che succede nel mondo oggi. Edulcorare certo è un difetto, però poi la verità delle cose alla fine prevale. Pensate al caso di Lapo Elkann. In un'altra ora della nostra storia ci sarebbero stati dei giornali che avrebbero nascosto la notizia, magari giornali vicini alla famiglia Agnelli, oggi il giornale della famiglia Agnelli, la Stampa, è stato il più esplicito di tutti, perché non ha senso edulcorare. Ci sono talmente tanti modi

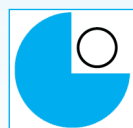


10

per apprendere una notizia che, se la nascondo io, i miei lettori la sanno in un altro modo. Invece esagerare è il pericolo serio, perché intanto si vive in Italia e l'Italia è un paese dove tutto è molto esagerato, e l'esagerare crea agitazione e quindi, diciamo, tensioni, polemiche, uno stato d'animo di continuo stress del paese.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore "Il Foglio"

**A**ncora non abbiamo compilato il catechismo del buon giornalista.



11

*Espressione linguistica, la buona e semplice lingua italiana nei giornali ed in tv: qual è il voto che Lei darebbe?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore "La Stampa"

**N**on tanto buona perché nell'utilizzo corretto della lingua – parlo della lingua parlata, colloquiale, i giornali non sono libri – i giornali devono aiutare l'evoluzione del linguaggio trasferendo il linguaggio parlato e arricchendo la lingua. Però, di lì alla volgarità oppure di lì all'eccesso di anglicismi o di parole e colloquiali nei giornali ce ne corre. Quindi complessivamente non troppo buona.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore "Il Gazzettino"

**I**o darei alla stampa italiana un sette meno. Bene ma non troppo. Il nostro giornalismo non ha niente da invidiare a quello di altri Paesi d'Europa. I giornali italiani, rispetto a quelli tedeschi o olandesi, sono scritti bene e c'è un equilibrio sostanziale tra ordinamento della notizia, linguaggio e grafica. Certo, dal punto di vista linguistico ci siamo "inglesizzati" un po' troppo. Usiamo account, mouse, senior, junior, politically correct, gentleman agreement e potremmo farne a meno. Non siamo cultori e custodi della nostra lingua, forse non la amiamo abbastanza. Qualche riserva la nutro invece verso la televisione rispetto alla carta stampata: secondo me il livello qualitativo in tv è peggiore e te ne accorgi quando noti che il congiuntivo è sparito. Alla televisione nazionale darei sei, a quella locale cinque. A onor del vero, devo anche riconoscere che il punteggio scende anche sulla carta stampata, quando si arriva alle pagine di cronaca locale, dove il livello si abbassa notevolmente.





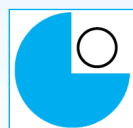
11

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**U**n voto insufficiente. Da tempo faccio una riflessione: i giornali una volta erano uno strumento di informazione e quindi di crescita personale e culturale. Io continuo a mantenere l'idea di una funzione pedagogica dei giornali, che devono educare il lettore. In questo senso i giornalisti dovevano avere un livello di conoscenza, scolarizzazione e cultura superiore a quello del pubblico a cui si rivolgevano, proprio per assolvere a questo compito. Spesso non era così, soprattutto nei quotidiani. Oggi più che mai il livello di preparazione dei giornalisti è basso rispetto a quello del lettore medio. Inoltre, negli ultimi anni i tagli di spesa hanno spesso riguardato i correttori di bozze e le strutture di assistenza al giornalista. Qual è la conseguenza? Che i lettori segnalano errori ortografici - e quello sarebbe il meno - ma soprattutto di sintassi o veri e propri svarioni culturali, di analisi storica, di conoscenza dei fatti. Rispetto a 20 o 30 anni fa, la stampa è diventata generalista e questa scelta si paga. Un tempo i giornali trattavano pochi argomenti ben approfonditi: cronaca, politica, economia e cultura, in modo asciutto e competente. Oggi invece parlano quasi di tutto: scienza, tecnologia, salute, moda, gossip. Non di rado arriva il lettore che ne sa molto di più e contesta circostanziatamente i contenuti di un articolo. E il giornale fa una figuraccia.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**P**rima di tutto bisogna mettersi d'accordo su che cosa s'intende per buona lingua italiana perché la lingua è in continua e costante evoluzione: con l'introduzione di nuove parole, nuovi modi di dire, nuovi modi di raccontare la realtà per trasferirla poi sulla carta. Secondo me, il fatto di modificare la lingua è un modo di renderla viva. Il giornalismo come si scriveva cinquant'anni fa, oggi ci sembrerebbe antiquato e ridicolo. Quindi, nell'evoluzione della lingua, ai giornali che si adeguano al nuovo, al parlare corrente, personalmente darei sempre più che la sufficienza.



**Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?**

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**S**i critica molto la lingua dei giornali e della televisione rispetto a quella che è la lingua che noi vediamo in altre forme espressive della società moderna; io credo che, con i loro limiti, i giornalisti siano ancora un buon presidio della lingua italiana. Attualmente la lingua è mobile, è una lingua spesso volte parlata e proprio per questo dev'essere resa più aderente al cambiamento di una società. Si difende la bontà linguistica e quindi un buon italiano nella misura in cui lo si rende meno rigido e meno arcaico e quindi meno distante da quella che è la lingua parlata di tutti i giorni. Naturalmente è un crinale estremamente sottile e difficile da tenere.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**S**ei meno.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**T**utto sommato siamo intorno al sei e mezzo, sette. L'espressione linguistica spesso è falsata dal desiderio di apparire più colti, più intellettuali di quanto sia necessario e allora talvolta si ricorre al gergo specialmente economico o politico che è comprensibile non dico ad una minoranza esigua, ma comunque, ad una minoranza. In linea di massima i quotidiani non sono pessimi.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**L**a sufficienza scarsa.



**Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?**

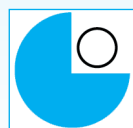
11

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**Q**uattro. Nei giornali c'è una profonda differenza di scrittura, non c'è una fascia media, ma questo nasce da come sono fatti i giornali in Italia. In altri Paesi, in America per esempio, la riscrittura dei pezzi da parte della redazione dà una qualità media omogenea. Magari sarà meno brillante, però quel prodotto è dappertutto abbastanza uniforme. Da noi invece l'individualismo dei giornalisti provoca da una parte alcune punte molto alte e nella fascia media un decadimento. Io trovo che i giornali italiani non siano scritti male, sono disomogenei. Accanto a dei pezzi brillanti, scritti bene, ci sono delle sciatterie, c'è una fattura che francamente qualche volta diventa veramente inaccettabile. L'uso della lingua, poi, è un uso o banale o troppo raffinato, proprio perché non risponde ad una media produzione. Tanto è vero che i lettori dei giornali si appassionano ad alcune firme. E' più facile che tu senta dire ho letto sul Corriere, ho letto sul Messaggero, ho letto su Repubblica un bellissimo pezzo, che non "ieri ho trovato un argomento interessante". Perché in realtà la scrittura è un richiamo notevole, però riguarda pochi dentro il giornale. Secondo problema è che spesso i giornali sono fatti in modo affrettato. Ad esempio l'utilizzo delle agenzie, che per forza di cose devono essere schematiche e qualche volta semplicistiche, di frequente vengono inserite direttamente nelle pagine e abbassano il livello.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TG La7"

**P**essimo. Ma non è colpa solo dei giornalisti, è anche colpa del fatto che la lingua italiana non è una lingua che aiuta a semplificare, è una lingua complessa e soprattutto è una lingua che poi si articola in tante lingue specialistiche. C'è un italiano dei medici, un italiano degli avvocati, un italiano dei politici, uno dei politologi... Così è difficile pretendere che il giornalista, che ha già una lingua complessa, traduca anche in simultanea le lingue specialistiche. C'è un problema oggettivo, però questa mancanza di chiarezza è un danno per chi deve e vuole rivolgersi al grande pubblico.



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**D**are dei voti è difficile, però credo che l'italiano che usiamo nei giornali è ancora in gran parte il giornalese. Il linguaggio giornalistico deve essere semplice, con dei periodi molto brevi. Deve essere un linguaggio normale, senza parole straniere (e se proprio si vogliono usare, si traducono subito). Inoltre, quando si usano le parole straniere bisogna avere l'accortezza di scriverle bene, perché spesso ne abusano i giornalisti che conoscono male le lingue straniere. Dopodiché bisognerebbe adottare sempre quella regola aurea che esisteva anche 30 anni fa ma che viene calpestata continuamente, e cioè che qualunque articolo inizia sempre rispondendo alle famose cinque w inglesi: chi, che cosa, come, quando e perché. Questo vale anche nell'articolo opinionistico, perché anche esso deve partire enunciando sempre la tesi e dimostrandola dopo nel modo più semplice possibile, senza divagazioni, senza parentesi, senza eccesso di aggettivi, cioè l'opposto del trattamento letterario.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**P**urtroppo insufficiente rispetto ai giornali di una volta, giornali autorevoli in cui c'erano correttori di bozze che controllavano anche la punteggiatura. Attualmente i giornali, per esigenze di bilancio economico, non si avvalgono più di queste figure professionali e risultano sempre più raffazzonati, talvolta pieni di refusi e di errori, anche se dal punto di vista tecnologico si sono compiuti grandissimi progressi. Quando trent'anni fa cominciai questo mestiere c'era ancora la composizione a caldo; allo sviluppo tecnologico è corrisposto però un impoverimento dal punto di vista dei contenuti.

■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**D**irei un sette nei voti da uno a dieci, però è un sette che fino a qualche anno fa meritava il sei e non l'otto. In televisione è un sette in crescere.



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

11

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**D**ipende molto dai giornalisti, dai tg. Comunque si scrive generalmente in modo molto involuto.

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

**I**nsufficiente, non ci facciamo ancora capire come dovremmo, specie nella politica e nell'economia. Spesso più gergo che lingua, più adatto agli addetti ai lavori che ai pensionati del giardino Garibaldi a Bari.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore "Il Giornale di Sicilia"

**S**e devo dare un numero dico 6 - -(sei meno meno). Se volete un giudizio, è appena sufficiente.

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Riformista"

**S**e uno pensa alla purezza della lingua italiana, darei un voto basso, perché i giornali sono scritti in modo abbastanza ...sciatto. Devo anche dire che però la lingua diventa un po' anche quella che i giornali e la televisione usano. Cioè non dobbiamo considerare la lingua come una specie di feticcio intoccabile, la lingua si evolve, cambia. Oggi molti giovani parlano come sentono parlare in televisione, e quindi in qualche modo è anche un contributo che la stampa e la televisione hanno dato all'aggiornamento e alla evoluzione della lingua.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore "Il Foglio"

**L**a lingua italiana ha già le sue regole, grammaticali e sintattiche. Osservarle va sempre bene. Ma non credo che la grandezza o la miseria di un articolo dipenda solo dal buon italiano.



12

*Come vengono valutate e verificate le informazioni che arrivano dagli uffici stampa?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore "La Stampa"

**T**emo che vengano verificate poche volte e temo che troppe volte vengano sopravvalutate. Certo dipende molto dalla capacità dei singoli uffici stampa, dai rapporti che hanno con i singoli giornalisti. Certamente un elemento che non favorisce la qualità e l'autonomia dell'informazione è il fatto che ci siano giornalisti che vanno e vengono tra giornali e uffici stampa.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore "Il Gazzettino"

**B**isogna distinguere tra ufficio stampa e ufficio stampa: ci sono quelli che lavorano bene perché sono fatti da giornalisti e quelli che non sanno neppure cos'è una notizia e come bisogna darla. E' fondamentale sapere da che fonte arriva la notizia, se l'ufficio stampa è qualificato e attendibile. Io trovo che, in linea di massima, l'informazione fatta dagli uffici stampa sia piuttosto fredda e asettica, spesso inutilizzabile in quanto indirizzata al giornalista sbagliato o perché troppo specifica o troppo generica. Faccio un esempio: un comunicato stampa dice: "Aumento del 42% del fatturato di tale azienda.....". È una notizia statica che non serve, mentre invece servirebbe sapere che il tal cancello automatico è stato venduto al sultano del Brunei per un milione di euro. Se l'ufficio stampa comunicasse notizie più circostanziate e mirate, aiuterebbe maggiormente il lavoro dei giornalisti. Devo comunque riconoscere che la qualità del lavoro degli uffici stampa è cresciuta molto nell'ultimo decennio, al punto tale che molto spesso i giornalisti, con superficialità, prendono il comunicato stampa per oro colato, senza effettuare alcuna verifica o elaborazione. L'ufficio stampa rappresenta comunque un'azienda, un'istituzione, un ente, un territorio e quindi il giornalista ha il dovere di approfondire l'argomento e metterci il proprio lavoro di analisi e sintesi.



12

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**S** secondo me vengono verificate troppo poco. Dal canto loro, gli uffici stampa hanno capito che la cosa ideale è annunciare che ci sarà la notizia, mandare il comunicato a un'ora tarda, in modo che nessuno abbia il tempo di chiedere chiarimenti, commenti o approfondimenti. Così sul giornale esce la loro comunicazione, così com'è stata confezionata, quindi in modo non sempre obiettivo.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**G**li uffici stampa vorrebbero che si pubblicassero i loro comunicati integralmente. Ma solo un pazzo o un incapace lo farebbe, non c'è nemmeno da discuterne. Gli uffici stampa danno l'informazione e questa rappresenta lo scheletro di quella che poi sarà la notizia: dopo una serie di verifiche di tutte le parti interessate. Se un ufficio stampa dice che in quella data azienda tutto va a gonfie vele, buona creanza del giornalista vuole, per esempio, che si sentano anche i sindacati i quali magari spiegheranno che non proprio tutto va così bene. E quindi, dalla sintesi e dall'unione di varie fonti, il testo dell'ufficio stampa va poi modificato.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**S**pesse volte non vengono né valutate, né verificate e questo sicuramente è un danno. Basta che le informazioni degli uffici stampa, che spesso volte sono svolte da ottimi professionisti e da buoni colleghi, siano prese col beneficio d'inventario come qualsiasi notizia che arriva anche dalla più alta fonte.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**C**ome tutte le altre, molto attentamente.



■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**S**ono quasi sempre oggetto di un minimo di discussione. La balla può sfuggire. Noi non siamo in grado, dati i tempi entro i quali dobbiamo lavorare (che ci impediscono una verifica assoluta delle cose) di svolgere accertamenti rigorosi. Però l'esperienza spesso viene in soccorso. Se una notizia puzza di bruciato noi diamo una frenata.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**S**ono spunti, suggerimenti. Che, se degni di interesse, vanno approfonditi contattando l'ufficio stampa e le altre parti interessate.

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**N**on credo che sia un problema degli uffici stampa. Gli uffici stampa vengono considerati dai giornalisti come uno strumento di conoscenza. Ci sono rapporti personali che ti possono portare a notizie migliori, è vero però che gli uffici stampa spesso sono fatti da persone inadeguate. La qualificazione degli uffici stampa secondo me è un problema serio, perché l'ufficio stampa dovrebbe essere la finestra su quell'azienda, su quell'istituzione mentre spesso l'ufficio stampa è una sorta di passacarte che ti dà l'informazione ma non ti permette di saperne di più. E questo secondo me è sbagliato, è un problema che riguarda la stragrande maggioranza delle aziende e riguarda tutte le istituzioni pubbliche.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TG La7"

**B**isognerebbe costruire una serie di professionisti della comunicazione. Spesso le aziende comunicano le cose in maniera così sbagliata che la loro è solo carta che inonda le redazioni e viene buttata nel cestino. Viceversa,



12

dal mondo delle imprese, delle aziende, degli enti pubblici potrebbero arrivare masse di notizie interessantissime per i comuni cittadini. Bisognerebbe che tutto questo mondo esterno a giornali e tv imparasse a comunicare innanzitutto con le redazioni.

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**G**li uffici stampa svolgono una grande funzione. E come il giornalista si deve guadagnare la fiducia dei lettori, anche l'ufficio stampa deve guadagnarsi la fiducia dei giornalisti. C'era un giornalista di provincia che diceva che le notizie delle aziende che cerchiamo noi, sono notizie. Quelle che ci portano gli industriali, attraverso gli uffici stampa, sono pubblicità. Questa valutazione era forse eccessiva ma rende anche l'idea. Gli uffici stampa più autorevoli sono quelli che danno delle notizie utili per i lettori. I giornalisti, soprattutto con Internet, sono alluvionati dalle informazioni degli uffici stampa. Al mattino, quando aprono il computer, trovano già, sul loro schermo, decine di comunicati. Come si fa a scegliere? Si sceglie in base all'affidabilità e alla professionalità di chi li manda. La nota dell'ufficio stampa serio viene aperta, quella dell'ufficio stampa non serio non viene nemmeno aperta.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**Q**uesto è un altro punto dolente. I tempi di lavoro si sono ristretti di conseguenza le verifiche sono sempre più ridotte e meno approfondite di come dovrebbero essere. Sono stato vicedirettore dell'edizione italiana di Fortune, una rivista targata USA e ho avuto modo di conoscere da vicino il metodo di lavoro degli americani. Su ogni fatto importante venivano inviati due o tre giornalisti per entrare nei minimi particolari. Sfortunatamente per esigenze di bilancio da noi questo non è possibile. I quotidiani vengono confezionati velocemente, quindi la verifica non avviene sempre come dovrebbe.



■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**C**ome provenienti dagli uffici stampa, che hanno interesse a valorizzare le informazioni positive che vengono dalle loro aziende, dai partiti, o da coloro per i quali lavorano. Quindi la notizia dell'ufficio stampa dev'essere sempre verificata due volte, per la sua esattezza (questo va da sé) e alla luce di coloro che possono avere interessi contrari a quell'azienda, a quel partito, a chi dispone di quell'ufficio stampa. Nella scintilla che scocca fra la notizia com'è stata data dall'ufficio stampa e l'opinione o la contro-notizia data da coloro che hanno interessi diversi o alternativi a quelli del dante causa dell'ufficio stampa nasce la notizia vera e propria che finisce sui giornali.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**L**e considero delle informazioni che posso prendere, o meno, in considerazione.

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

**N**ota dolente, perché gli uffici stampa sono una comodità in tempi di pigrizia e di costi da ridurre. Si scrive che il comunicato è un comunicato, si virgoletta, insomma si attribuisce a chi parla: insufficiente per il lettore che non vuole soltanto sapere.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore "Il Giornale di Sicilia"

**I**n tutti i modi possibili. Verificando direttamente con controlli sui luoghi e contatti con le persone la notizia o il fatto di cui si dà conto nel comunicato. La prima regola è quella di non dare mai per scontato nulla. Ma, anche qui, vale ciò che ho detto prima sulla distanza tra luogo e fonti. In ogni caso il lettore deve sempre sapere che una notizia è stata tratta da questo o quel comunicato, diffuso da questo o quell'ente. Nel caso in cui non si è stati nelle condizioni di verificare e controllare bisogna dirlo. Si rispetta anche così quel principio di chiarezza di cui parlava Paolo Murialdi.



12

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Riformista"

**I** comunicati stampa sono uno strumento un po' vecchio, li paragonerei al vecchio ciclostile dei partiti politici. Io ho notato che sempre più c'è una professionalizzazione del sistema degli informatori politici, o in generale di comunicatori di enti pubblici, di aziende e così via. Sta diventando una professione ed è bene che sia una professione, e sempre più il modo di comunicare di un'azienda, di un ente, di un partito diventa importante per il successo di quell'ente o di quell'azienda o di quel partito. Quindi credo che questo sia un grande campo per i giovani che vogliono fare i comunicatori.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore "Il Foglio"

**P**er quelle che sono: notizie date, mai disinteressatamente, da una parte interessata.



13

*Secondo Lei  
qual è oggi  
il ruolo del direttore?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore "La Stampa"

**I**l ruolo del direttore è legato al fatto che il giornale è un'azienda di tipo particolare, che va valutata secondo criteri che tengano conto del mercato senza rinunciare all'anima della testata. Bisogna rendersi conto che il giornale va venduto, ma tenere presente quali sono i riferimenti del giornale, quali sono i suoi lettori: non si può costruire un giornale avendo come parametro sempre e solo la vendita. Per esempio qualche giorno fa io ho pubblicato un fondo a proposito dell'alta velocità che poneva il problema degli interessi della maggioranza e di quelli delle minoranze che talvolta devono essere sacrificati, pur sapendo che in alcune zone dove il giornale è particolarmente presente questa posizione sarebbe stata vista molto di traverso.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore "Il Gazzettino"

**I**l direttore è un giornalista, anzi è uno dei giornalisti. Deve essere quello che all'interno e all'esterno del giornale difende la sua redazione. Ecco, in questo deve essere il primo, nel rappresentare degnamente i suoi giornalisti. Deve sapere qualificare l'immagine del giornale, rappresentandolo fuori, nel lavoro e nella vita di tutti i giorni. Deve riuscire a lavorare con tutti senza fare l'amicone di tutti, senza mai perdere quell'autonomia e autorevolezza di cui ha bisogno all'interno del giornale. Deve dare l'impressione ai suoi giornalisti di essere assolutamente uno di loro, dando l'esempio e lavorando come e più di loro, senza porsi in posizione di superiorità.



13

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**I**l ruolo del direttore è quello di regolare il traffico di un ospedale psichiatrico. Deve avere una buona dose di pazienza, deve spesso fare finta di essere un po' cretino e deve, come dire, rassegnarsi all'inevitabile ruolo di uomo normale in mezzo a superuomini tutti meritevoli del premio Pulitzer.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**N**on è più quello di un monarca assoluto, è quello di un buon coordinatore che sappia valorizzare le grandi individualità ma anche sappia rendere ogni giorno al massimo quello che è il gioco di squadra di una redazione. Diciamo che una redazione è spesso volte una grande orchestra sinfonica ed è importante che i giornalisti - non dico tutti - seguano uno spartito. Qualche volta credo però giusto che ognuno esprima le proprie individualità e quindi si inventi lo spartito, emergano le differenze e si possa trovare e valorizzare tutto ciò che avviene. L'importante è che non tutti suonino lo stesso strumento, che non tutti vedano la realtà con gli stessi occhi. Una redazione tanto è più ricca quanto dialoga, comunica e ha al proprio interno persone che la pensano diversamente.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**G**arantire al lettore un giornale affidabile, leggibile, credibile e mai noioso. Rispettare la linea concordata con l'editore o dimettersi. Garantire e guidare la redazione sulla autonomia nelle scelte.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**N**on è mai cambiato il ruolo del direttore, esattamente come quello del direttore d'orchestra. Non è detto che il direttore debba essere un grande violinista o un grande pianista, deve però conoscere la musica, deve sapere qual è la musica che funziona in edicola e soprattutto deve sfruttare al meglio



l'orchestra e i solisti di cui dispone. Probabilmente un tempo era tutto più facile, perché il numero delle pagine era nettamente inferiore rispetto ad oggi e la concorrenza della radio e della televisione non era tanto imponente. Si riusciva a dirigere in modo più serio. Oggi il lavoro del direttore è più complicato. Abbiamo bisogno di rivolgerci spesso a degli specialisti, gli specialisti noi in redazione li abbiamo, però bisogna vedere che grado di fiducia si ha in essi.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**A**ncora oggi è quello che gli assegna l'articolo 6 del Contratto nazionale di lavoro giornalistico.

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**L**a cosa importante è che il direttore non pensi di essere onnipotente, che il direttore lavori con la redazione dividendo con la redazione le scelte che deve fare. Io dico spesso: "la penso così", ma non dico mai "si fa così", perché per quanto io possa leggere e studiare, sicuramente dentro il giornale per ogni argomento c'è qualcuno che ne sa più di me perché si occupa di quel fatto, di quell'argomento, ed io con lui mi devo confrontare.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TG La7"

**È** troppe cose insieme, ormai. Un direttore è insieme un manager, un amministratore, una guida per i colleghi, una specie di volto che fa pubbliche relazioni, una specie di garante dell'editore. Appunto troppe cose. Rispetto a tutti questi compiti che gli sono stati buttati addosso si dovrebbe ridefinire il ruolo del direttore. Altrimenti per fare troppe cose, il direttore alla fine dedica al suo vero mestiere solo una parte minima del proprio tempo. Le aziende editoriali devono imparare a gestire la loro parte (personale, conti, parte tecnica eccetera) e dire al direttore: tu hai queste risorse, gestiscile come vuoi, ma fai buona informazione. Attualmente troppo è affidato alle capacità, al coraggio e alla forza del solo direttore. Non si può ipotizzare che i diret-



13

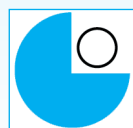
tori debbano essere soprattutto o soltanto degli eroi. Sono anche dei professionisti che vanno messi in condizione di lavorare serenamente. Altrimenti si rischia che i bravi direttori siano un'assoluta minoranza.

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**N**oi abbiamo una legge "crucele" sul direttore perché gli impone di controllare tutto ciò che la sua testata pubblica anche quando lui, tecnicamente, non sarebbe in grado di esercitare il controllo. L'ANSA, ad esempio, lavora 24 ore al giorno. Io dormo poco, ma non sono ancora riuscito a non dormire per niente. Quindi vuol dire che dovrei controllare ciò che diffonde l'Ansa anche quando sto dormendo. La legge perciò chiede l'impossibile. Però, nel chiedere l'impossibile, questa legge afferma anche un principio importante. E cioè che, a capo dell'equipaggio giornalistico, c'è un giornalista, il direttore, che risponde di tutto. Se questo è il principio, allora questo è anche il principio che rende il direttore garante dell'autonomia dei giornalisti. C'è un altro aspetto che gli dà questo ruolo ed è che il direttore è l'unico che può essere licenziato su due piedi senza nemmeno motivare la ragione per cui viene allontanato. Potrebbe sembrare, questa, una norma poco sociale. Io, per esempio, nella mia carriera sono stato licenziato due volte, entrambe le volte in giornali che avevo resuscitato. Però in un sistema libero e dinamico se perdi un posto e sei capace, ne trovi subito un altro.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**I**l direttore oggi è sempre più manager e sempre meno giornalista. Agli inizi della mia carriera il direttore pianificava il giornale dalla prima all'ultima pagina. Di questi tempi, lo dico con rammarico, chi dirige una pubblicazione è chiamato a occuparsi sempre di più delle problematiche legate alla produzione del giornale e dei rapporti economici e politici. Non è un caso che molti direttori provengano dal giornalismo economico, proprio perché hanno acquisito una prospettiva che li rende più adatti ad occuparsi anche delle strategie di marketing che danno la possibilità ad una pubblicazione di consolidarsi sul mercato. Questo talvolta non consente purtroppo di seguire le fasi di lavorazione del giornale come si vorrebbe.



■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**I**o faccio questo mestiere da tanti anni, da quindici anni e devo dire che il ruolo del direttore oggi è molto più complicato che in passato perché il direttore è la guida del giornale anche nei suoi aspetti più nascosti e remoti. Dev'essere una persona capace di trovare la curiosità e il dettaglio rivelatore anche in settori di cui non è esperto e ad un tempo deve saper guidare una quantità di giornalisti, di persone impegnate a fare il giornale, limitando al massimo l'esplosione di conflitti tra di loro ed essere anche un buon editore del giornale stesso. Deve aiutare l'impresa a funzionare nel suo senso più complessivo. Non è più sufficiente, com'era fino a qualche anno fa, stare lì, aspettare le notizie che vengono dalle agenzie, farsi venire qualche idea in più e mettere tutto in pagina e andarsene a casa. Oggi questa cosa non è più possibile. Il direttore del giornale torna ad essere quello che era 150 anni fa ai tempi del pionierismo del giornalismo – parlo dei quotidiani di carta stampata – dove il direttore di un giornale era una persona che faceva un po' tutto, che lavorava sostanzialmente 24 ore su 24 e si occupava anche degli aspetti editoriali della sua impresa. C'è stato poi un lungo periodo intermedio, a mano a mano che i giornali si sono affermati il direttore ha potuto essere qualcosa di diverso della figura che ho descritto prima, cioè colui che aveva a che fare solo con la notizia, la metteva in pagina e lì chiudeva il rapporto di lavoro. Oggi, da alcuni anni, il direttore è tornato ad essere la guida di una macchina più complessa che ha molti aspetti editoriali. Un esempio per tutti gli allegati che ci sono oggi nei giornali, i supplementi di ogni tipo, libri, CD-ROM e le cose le più varie. Beh, tutto questo il direttore deve armonizzarlo, controllarlo, capire che cosa potrà andare e che cosa non andrà, scegliere quando è il caso di intensificare queste campagne, guidare le trasformazioni come è stata quella per il mio giornale, ma anche per altri, del passaggio al full-color, cioè al colore integrale in tutte le pagine oppure del cambiamento di formato. Insomma, dev'essere una figura all'altezza di compiti che non sono solo quelli di mettere in pagina le notizie.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**I**l ruolo del direttore si è profondamente trasformato. Oggi si dedica una quantità di tempo insopportabile alla burocrazia, sottraendolo alla ideazione e alla fattura del giornale.





13

■ **LINO PATRUNO**  
direttore “*La Gazzetta del Mezzogiorno*”

**Q**uello di uno sventurato stratonato dai redattori, dai lettori, dagli editori, dagli interessi in concorrenza o in contrasto, dalle aspettative e dalle anti-patie. Lavoro entusiasmante e infelice.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore “*Il Giornale di Sicilia*”

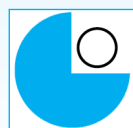
**N**on mi pare sia cambiato rispetto a ieri. Deve attuare la linea concordata con gli editori, organizzare i vari settori e i rapporti tra loro, proporre idee e servizi, creare le migliori condizioni di lavoro. Che altro?

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore “*Il Riformista*”

**N**ei giornali grandi il direttore è un manager sempre più, cioè uno che deve far funzionare bene l'apparato. E' anche giusto che sia così, il direttore in qualche modo condivide, per il periodo in cui è direttore, l'interesse dell'editore a far del giornale un successo, a farlo buono, a farlo corretto. Il direttore è anche uno stimolo per la redazione (dovrebbe esserlo, ma in genere lo è), cioè colui che la pungola a non sedersi e limitarsi al tran-tran. E il direttore infine è la garanzia, la faccia che si presenta ai lettori. I quali spesso comprano un giornale perché credono che sia diretto da gente all'altezza. E comunque il direttore risponde della correttezza dell'informazione che dà.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore “*Il Foglio*”

**Q**uello di evitare sgrammaticature, scemenze e banalità.



14

*Il direttore è ancora garante dell'autonomia dei giornalisti?*

■ **GIULIO ANSELMI**  
direttore “*La Stampa*”

**D**eve esserlo.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore “*Il Gazzettino*”

**A**ssolutamente sì. Quando sento dire che la libertà di stampa in Italia è in pericolo oppure non ce n'è più, beh ... mi viene da sorridere. Come giornalista io sono stato a Il Giornale, a L'Indipendente, a La Voce, alla Libertà, al Giornale di Vicenza: ho passato otto redazioni in trent'anni e ho visto tante situazioni diverse. Ma non ho mai temuto per la mia libertà professionale. Non ho mai avuto da parte di un caporedattore, o di un direttore, o di un editore diktat. Non mi è mai capitato che qualcuno mi chiamasse e dicesse “guardi lei deve fare così”. Anzi, posso lamentarmi del contrario, e cioè del fatto che non ci sono in Italia editori che ti danno una linea precisa. Allora la linea te la fai tu, poi finché va bene resti direttore, se vai fuori dagli schemi che hai disegnato, prendi decisioni stravaganti oppure danneggi il giornale, sei fuori. Ma uno, se non è stupido, assume impegni con giornali moderati e liberali. Ripeto, non ho mai trovato un editore che abbia deciso di usare il giornale a proprio piacimento. A me non è mai successo e non conosco casi di direttori ai quali sia successo, ad eccezione di Indro Montanelli. E infatti lui se n'è andato, insieme a molti suoi giornalisti tra cui il sottoscritto. Che poi sono rimasti disoccupati. Anzi no, io sono rimasto disoccupato nel momento in cui l'Indipendente ha chiuso. In quella situazione abbiamo dimostrato la nostra libertà, quella di giornalisti che non essendo in linea con il giornale in cui lavoravamo abbiamo avuto il coraggio e la forza di andarcene. Il direttore ha chiesto ai suoi giornalisti di seguirlo e noi lo abbiamo fatto,



14

anche per il grande affetto che ci legava a lui. Questa è la vera libertà del giornalista, cioè quella di dire io in questo giornale non mi ci ritrovo, non mi piace, non è in linea con le mie idee, me ne vado. Oggi le cose sono cambiate e non è facile cambiare in un Paese in cui le redazioni sono in fase di trasformazione. Ma resto dell'idea che la libertà di un giornalista si misura anche nella forza delle sue idee e nella dignità con cui le esprime e le vive: se uno è veramente disgustato dal giornale in cui lavora deve avere il coraggio di lasciare, di cambiare, affrontando i sacrifici che ciò comporta.

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**P**aradossalmente sì. Nonostante tutte le critiche che io faccio a questo sistema, il direttore rimane il garante dei giornalisti, nel senso che è il loro parapluie, l'ombrello protettivo di tutta una serie di pressioni anche pesanti che arrivano in redazione. Naturalmente, dipende dalla "caratura" del direttore, vale a dire dalle sue capacità, professionalità, autorevolezza e carisma. Deve saper rimanere in sella, mediare, ricomporre. Ecco perché andrebbero riviste le garanzie del direttore, perché se lui è tranquillo e non è messo in discussione, se può sostenere una linea senza preoccupazioni sul piano personale, anche la redazione è più tranquilla. E lui può svolgere al meglio il ruolo di garante dell'autonomia dei suoi giornalisti. Parlo per esempio della mia esperienza personale. Io sono già stato licenziato una volta per le mie scelte, che sapevo quali conseguenze avrebbero avuto. Io mi sento con la coscienza tranquilla, le cose che ho fatto in questi anni le ho fatte in piena autonomia perché ne ero convinto. Ho detto no alle tante pressioni che ogni direttore di giornale ha, ho sorvolato su minacce e ho dribblato richieste di ogni tipo. Credo che i giornalisti apprezzino il mio lavoro e la mia onestà intellettuale. Non ho mai sentito la redazione come un corpo estraneo, anzi nel mio caso devo dire c'è feeling, intesa. Sarà perché in questa redazione ho lavorato a lungo prima di diventarne direttore - ero stato vice direttore e condirettore -, perché abbiamo condivisione di idee e perché ho stabilito un rapporto di stima prima che di autorità. Un rapporto che continuo a conservare, che mi aiuta a mantenere il ruolo di garante e che mi consente di essere forte nei confronti dell'editore.



■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**I**l direttore è il garante del suo onore, e questo dell'autonomia è un discorso che ognuno si vede con se stesso. Il ruolo di direttore, quando io ho cominciato trentacinque anni fa, era molto diverso da quello di oggi: era meno manageriale, molto più giornalistico. I direttori avevano, naturalmente, una forte attenzione per gli interessi della proprietà ma spesso erano anche espressione del meglio che la redazione offriva. Oggi il ruolo della proprietà (di tutti i giornali italiani) e l'influenza dell'editore, sono maggiori di quello che erano 30-35 anni fa. È un problema di coscienza con se stessi, con noi stessi. Questo problema se lo risolvono i direttori nel chiuso della loro coscienza. Non si risolvono con i giornalisti e tanto meno con gli editori.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**M**i auguro di sì o mi auguro che lo sia e sono convinto che lo debba essere. Da parte mia nel momento in cui mi accorgessi che non sono più garante dell'autonomia dei miei giornalisti, non farei più il direttore.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**S**ì.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**Q**uesto sì. L'unico che può garantire l'autonomia del giornale è il direttore. Se il direttore è libero e sganciato - per libero, non intendo libero al cento per cento, insomma la libertà non è un bene assoluto è un bene relativo - i margini di libertà di cui godono i giornalisti sono garantiti dal direttore. Se il direttore interviene in modo censorio c'è poco da fare: il giornale si avvilisce, perde freschezza ed interesse e il lettore se ne rende conto.



14

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**U**n buon direttore deve esserlo.

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

**S**e sono il garante dell'autonomia del giornalista? Questo sì, è evidente, ma le redazioni in genere fanno il direttore, non accade il contrario, sono le redazioni che fanno i direttori. Però arriva un momento nel quale i direttori invece assumono un ruolo fondamentale, che è quello della gestione della carica che ha la redazione. Che spesso si dirige verso obiettivi, verso la fattura di prodotti che magari non rispondono agli obiettivi che bisogna raggiungere. In questo lavoro c'è bisogno di un continuo contatto. Io sono convinto che se i direttori spiegano alle redazioni che cosa si sta facendo, se si parla con le redazioni, si spiegano i motivi per i quali si fa una scelta anziché un'altra, le redazioni seguono. È quando le redazioni non capiscono, che diventa un problema per tutti. Nel momento in cui la redazione capisce che cosa si sta facendo, qual è la posizione del giornale perché ne ha discusso con il direttore nelle riunioni, è tutto molto più semplice. E allora anche il ruolo di garante viene meno, nel senso che si cammina insieme.

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**U**n direttore bravo deve essere un giornalista che mette in conto di perdere il posto. E se un direttore mette in conto di poter perdere il posto (e non teme questa evenienza) è anche, fin che c'è, efficacemente garante dell'autonomia dei giornalisti.

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**S**empre meno, nel senso che, avendo un rapporto fiduciario con l'editore, il direttore deve tener conto anche delle esigenze dell'azienda. È un trait



d'union fra la redazione e la direzione. Alcuni redattori, che concepiscono il giornalismo solo come missione, faticano a volte a comprendere le esigenze di bilancio. Quindi molte volte il direttore diventa l'uomo del compromesso, che media tra le necessità aziendali e quelle giornalistiche.

■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**A**ssolutamente sì, quello è il suo compito principale. Se la domanda fosse "In che consiste il mestiere di direttore", beh, io risponderei: il direttore è il garante dell'autonomia dei giornalisti, cioè è il garante di ciò che produce quel corpo – che nel mio caso sono 380 giornalisti o 370, non ricordo neanche la cifra esatta – che dev'essere prodotto in totale autonomia. Il direttore deve garantire per questo.

■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**S**i.

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

**D**ovrebbe, fino a prova contraria.

■ **GIOVANNI PEPI**  
condirettore "Il Giornale di Sicilia"

**S**i. Lo è ancora. Ma è pure garante degli obiettivi concordati con gli editori che lo nominano.



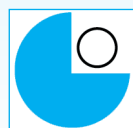
14

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Riformista"

**N**ei giornali grandi il direttore è un manager sempre più, cioè uno che deve far funzionare bene l'apparato. E' anche giusto che sia così, il direttore in qualche modo condivide, per il periodo in cui è direttore, l'interesse dell'editore a far del giornale un successo, a farlo buono, a farlo corretto. Il direttore è anche uno stimolo per la redazione (dovrebbe esserlo, ma in genere lo è), cioè colui che la pungola a non sedersi e limitarsi al tran-tran. E il direttore infine è la garanzia, la faccia che si presenta ai lettori. I quali spesso comprano un giornale perché credono che sia diretto da gente all'altezza. E comunque il direttore risponde della correttezza dell'informazione che dà.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore "Il Foglio"

**M**a se i giornalisti fanno di tutto per non essere autonomi?



15

*Secondo Lei il direttore è ancora il primo fra i giornalisti, oppure è oggi un manager?*

■ **GIULIO ANSELMINI**  
direttore "La Stampa"

**D**iciamo che deve riuscire ad essere un manager nel senso che deve organizzare il lavoro di una quantità di persone tenendo presenti gli obiettivi del giornale. Questo è un lavoro di organizzazione o manageriale, in un contesto molto particolare. Quindi il direttore è il primo dei giornalisti evidentemente proprio per questo, cioè per l'organizzazione del lavoro e per le funzioni che svolge. Se poi, per primo dei giornalisti s'intende una maggiore nobiltà professionale nel senso che deve essere il più bravo, non è detto che questo sia: ci sono ottimi giornalisti che sono pessimi direttori e viceversa.

■ **LUIGI BACIALLI**  
direttore "Il Gazzettino"

**I**l direttore non deve fare il manager e non ci deve essere una confusione di ruoli. Il direttore deve fare il direttore, occuparsi della parte giornalistica. L'amministratore delegato, il Presidente, il Consiglio di amministrazione lo fanno gli editori e i manager. Nel fare il giornalista, però, il direttore non può ignorare il fatto che le sue scelte hanno effetti e conseguenze sulla tiratura del giornale e sulla raccolta pubblicitaria, quindi sull'amministrazione del giornale. Negarlo sarebbe autolesionista. Il direttore non può svegliarsi e stabilire che gli servono dieci giornalisti o che vuole un nuovo centro stampa o il full color senza considerare l'economia e il bilancio del giornale. Deve avere la situazione sotto controllo e saper prevedere le conseguenze delle proprie scelte. Il quotidiano è meno "a rischio", ma penso ai periodici, a quei direttori che sfiorano il budget, che scelgono i migliori fotografi sulla piazza e pagano un servizio quarantamila anziché duemila euro e poi si trovano con i conti in rosso...è accaduto e accadrà. Il Direttore non è un manager nell'accezione più ampia del termine, ma deve avere la capacità di amministrare le risorse professionali come un buon padre di famiglia.



15

■ **MAURIZIO BELPIETRO**  
direttore "Il Giornale"

**I**l primo, il secondo ... che importanza ha? E' sicuramente l'uomo cui la proprietà, non la redazione, ha affidato la guida del giornale, quindi è evidente che è il garante sì dei giornalisti, ma soprattutto della proprietà. Non a caso gli viene affidata una linea editoriale che quella è, e lui deve trasmetterla ai giornalisti e farla rispettare. Questa è la verità. Oggi il ruolo del direttore è cambiato rispetto al passato, perché viene vissuto dalla redazione come un manager che si occupa di tremila cose, di funzioni che un tempo non erano contemplate e che non lo sono ancora nella percezione che i giornalisti hanno di quel ruolo. Si occupa di marketing, promozioni, relazioni esterne e quindi immagine del giornale. Per questo motivo il direttore è vissuto sempre più come un corpo estraneo. Spesso accade che l'intero corpo redazionale sia un nemico, arroccato su posizioni pregiudiziali. Spesso il direttore rimane isolato e senza poteri effettivi, pressato da un lato dalla redazione dall'altro dalla proprietà e dalle esigenze contrattuali e gestionali. Deve fare sostanzialmente anche il capo del personale, quindi di tutti i giornalisti, perché se è vero che esiste un capo del personale che risponde a questioni tecniche di contabilità, è altrettanto vero che tutte le questioni organizzative ricadono in capo al direttore. Questioni spinose da affrontare, spesso legate al contratto, alla specificità del ruolo e al livello amministrativo dell'azienda.

■ **PIETRO CALABRESE**  
direttore "Panorama"

**I**o penso che oggi il direttore si occupa del giornale, se è molto fortunato, per il 30 per cento del suo tempo. Il resto è dedicato ad una serie di altre necessità, anche perché tutti i giornali vivono una stagione molto complicata: sappiamo qual è il problema delle copie e quello della pubblicità, cominciamo ad avvertire i primi scricchiolii preoccupanti dei prodotti collaterali che negli ultimi quattro-cinque anni hanno permesso bilanci floridi ai nostri editori. Quindi è giusto che il direttore sia prima di tutto un manager e poi un giornalista, anche perché, come ad esempio nel mio caso, se il direttore ha una buona squadra sotto di lui e



una buona redazione, è giusto che dedichi molto tempo a tutta una serie di problemi che, solo collateralmente, possono essere considerati puramente giornalistici.

■ **FERRUCCIO DE BORTOLI**  
direttore "Il Sole-24 Ore"

**L**a direi in questo modo: il direttore è uno dei giornalisti che ha una sua responsabilità ed è giusto che la svolga. La classifica è del tutto inutile. Nel momento in cui dovesse diventare un manager, certamente non sarebbe più un direttore e le assicuro che, conoscendo il manager rivaluto i giornalisti.

■ **STEFANO DEL RE**  
direttore "La Nuova Sardegna"

**E**ntambe le cose.

■ **VITTORIO FELTRI**  
direttore "Libero"

**N**o, è anche un manager perché non può trascurare i conti. Il direttore non necessariamente è il migliore, il primo dei giornalisti, però è quello che deve decidere. La sintesi è compito suo. Stabilisce la gerarchia delle notizie. A lui è richiesto orecchio. Poi i risultati dimostrano la bontà o no del lavoro di un direttore. I risultati si evincono dai numeri: perché le opinioni si discutono sempre, sono tutte discutibili per definizione. I numeri, ahimè, quelli non si discutono – sono numeri, sono lì – si guardano.

■ **ANDREA FILIPPI**  
direttore "Messaggero Veneto"

**H**a dovuto imparare a leggere i bilanci e a gestire i budget, ma resta comunque il primo dei giornalisti.



15

■ **PAOLO GAMBESCIA**  
direttore "Il Messaggero"

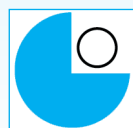
**T**utte e tre le cose. Perché un direttore che non sia un manager, per le cose che ho detto prima, è un direttore dimezzato. Perché se deve fare un prodotto che deve essere confezionato in un certo modo, deve tener conto dei costi, deve tener conto della forza lavoro che ha, deve tener conto del mercato. Quindi deve gestire il giornale sapendo poi che alla fine, se lui è bravo ed ha un'azienda che funziona bene, il giornale deve produrre comunque un utile. Quindi deve tagliare dove è possibile tagliare, deve investire o chiedere di investire dove c'è da prendere. Io non credo che il direttore sia il primo tra i giornalisti, credo che sia semplicemente un giornalista che in un momento della sua vita professionale ha incontrato la ventura di dirigere un giornale.

■ **GIULIO GIUSTINIANI**  
direttore "TG La7"

**È** troppe cose insieme, ormai. Un direttore è insieme un manager, un amministratore, una guida per i colleghi, una specie di volto che fa pubbliche relazioni, una specie di garante dell'editore. Appunto troppe cose. Rispetto a tutti questi compiti che gli sono stati buttati addosso si dovrebbe ridefinire il ruolo del direttore. Altrimenti per fare troppe cose, il direttore alla fine dedica al suo vero mestiere solo una parte minima del proprio tempo. Le aziende editoriali devono imparare a gestire la loro parte (personale, conti, parte tecnica eccetera) e dire al direttore: tu hai queste risorse, gestiscile come vuoi, ma fai buona informazione. Attualmente troppo è affidato alle capacità, al coraggio e alla forza del solo direttore. Non si può ipotizzare che i direttori debbano essere soprattutto o soltanto degli eroi. Sono anche dei professionisti che vanno messi in condizione di lavorare serenamente. Altrimenti si rischia che i bravi direttori siano un'assoluta minoranza.

■ **PIERLUIGI MAGNASCHI**  
direttore "Ansa"

**E**cco, questa è una domanda che sembra in opposizione. Noi veniamo da una tradizione giornalistica di tipo letterario che astraeva dai gusti dei lettori. Non a caso anche oggi il giornale è il solo prodotto industriale in cui, se il let-



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

tore non lo acquista, chi lo fa, tende a colpevolizzare il lettore, cioè l'acquirente. Invece se uno produce la Coca Cola e si accorge che questa bibita non si vende, si domanda subito se forse il chinotto andrebbe meglio, oppure le toglie la caffeina. Noi invece tendiamo a dire ai lettori: voi non leggete, non perché facciamo dei giornali che non vi interessano ma perché siete dei cretini. Allora, se per manager si intende un professionista che cerca di capire che cosa il lettore vuole e cerca di soddisfarlo, nei limiti della sua etica e del suo gusto, allora anche io sono sicuramente un manager. Il direttore di oggi è a capo di un'azienda che ha dei grandi numeri e che deve puntare alla sua sopravvivenza in difesa dei posti di lavoro. Il vero problema è quando i manager vogliono diventare direttori, o vogliono limitare l'autonomia dei direttori. La partita è tutta qui. Io credo che un direttore che sia attento al mercato, cioè alla domanda dei lettori, sia un bene per la sopravvivenza del giornalismo, per la prosperità

■ **GIANCARLO MAZZUCA**  
direttore "QN"

**O**ggi è sempre più un manager, non è un caso che molti direttori vengano dal giornalismo economico proprio perché hanno anche quella condivisione economica che un giornalista normale forse non ha. In effetti Montanelli, quando era mio direttore (io appunto avevo un rapporto quotidiano con Montanelli) mi diceva sempre che non capiva niente di bilanci (era il suo grande limite). Sì, aveva ragione. In effetti un giornalista deve anche pensare alle copie vendute, al marketing e a tutte quelle altre cose che sono collaterali e che però danno la possibilità a un giornale di consolidarsi e di essere ben presente sul mercato.

■ **PAOLO MIELI**  
direttore "Corriere della Sera"

**H**o già detto che il direttore deve avere forti componenti manageriali, ma è questione di sostanza e non di forma. Che sia e si consideri sia, di fronte all'editore come il primo dei giornalisti? La cosa fondamentale è che sia il primo tra i giornalisti, cioè che si consideri non una figura intermedia fra giornalisti e editore ma un giornalista a tutto tondo che con le sue doti



Giornalismo oggi:  
informazione o manipolazione?

15

manageriali aiuta anche l'editore a far bene il suo lavoro. Ma di fronte all'editore è un'altra cosa. Per fare un caso personale, in questi quindici anni per sette anni ho diretto giornali, poi ho avuto un ruolo editoriale, sono stato direttore editoriale, vicepresidente della Rcs, adesso sono tornato a dirigere un giornale molto importante e ho fatto quindi tutt'e due i lavori. Penso che il lavoro che facevo prima, quello di direttore editoriale, sia molto diverso da quello di direttore del giornale. Quello è un lavoro in cui è evidente che io ero giornalista e con doti manageriali in tutti e due i casi, ma in uno deve prevalere nettamente quello che facevo prima, il ruolo editoriale, nel secondo mi sento giornalista a tutto tondo. Quindi non ho dubbi a rispondere: è il primo fra i giornalisti.

■ **CLEMENTE MIMUN**  
direttore "TG 1"

**È** una figura in veloce evoluzione. È il primo tra i giornalisti, deve avere caratteristiche manageriali, deve essere il primo promoter del suo giornale e molto altro ancora.

■ **LINO PATRUNO**  
direttore "La Gazzetta del Mezzogiorno"

**I**l primo dei giornalisti con compiti anche da manager, perché non può ignorare che solo un'azienda sana è la migliore garanzia di tutto.

■ **GIOVANNI PEPI**  
direttore "Il Giornale di Sicilia"

**I**l primo dei giornalisti? Quando mai lo è stato? Il direttore è nominato dagli editori in base ad un accordo tecnico-operativo. Gli editori lo scelgono in quanto lo ritengono più adatto a dirigere e non in base a primati di improbabile valutazione. Essendo nominato dagli editori, stabilendo con loro un patto tecnico-operativo, è anche chiamato a tenere in equilibrio la qualità dell'informazione e la sostenibilità dei costi che le scelte giornalistiche comportano. Io ho assunto questo impegno e lo considero essenziale. Non



c'è buona informazione che non abbia come presupposto la libertà di scelta. Ma nessuna scelta può essere libera se il bilancio economico di un giornale è in rosso. Significa questo essere manager? Se sì, vuol dire che lo sono. Ma, francamente, non presumo di esserlo.

■ **ANTONIO POLITO**  
direttore "Il Riformista"

**N**ei giornali grandi il direttore è un manager sempre più, cioè uno che deve far funzionare bene l'apparato. E' anche giusto che sia così, il direttore in qualche modo condivide, per il periodo in cui è direttore, l'interesse dell'editore a far del giornale un successo, a farlo buono, a farlo corretto. Il direttore è anche uno stimolo per la redazione (dovrebbe esserlo, ma in genere lo è), cioè colui che la pungola a non sedersi e limitarsi al tran-tran. E il direttore infine è la garanzia, la faccia che si presenta ai lettori. I quali spesso comprano un giornale perché credono che sia diretto da gente all'altezza. E comunque il direttore risponde della correttezza dell'informazione che dà.

■ **GIUSEPPE SOTTILE**  
condirettore "Il Foglio"

**D**ipende da che cosa ha deciso l'editore.



*a cura della*  
COMMISSIONE CULTURALE

*Grafica:* G. Franco Pezzo



Quaderni del CNOG





*Finito di stampare  
nel mese di luglio 2006  
dalla NUOVA GRAFICA srl  
Roma, Via Montieri, 1/D  
Tel. 06.65744203*

