



illustrazioni di Francesca Rossi

© 2008 Edizioni Lapis
Nuova edizione gennaio 2013
Tutti i diritti riservati

Edizioni Lapis
Via Francesco Ferrara, 50
00191 Roma
tel: +39.06.3295935
www.edizionilapis.it
e-mail: lapis@edizionilapis.it

ISBN 978-88-7874-280-2

Ideazione e progettazione di collana: Edizioni Lapis

Il software "MioGiornale" è stato realizzato da



IdeeDigitali snc

Viale Europa 145 - 50126 Firenze
www.ideedigitali.com

Progetto grafico e impaginazione di Manuela Cordella

Finito di stampare nel mese di gennaio 2013
presso Tipolitografia Petruzzi Corrado & C. snc
Zona industriale Regnano - 06011 Città di Castello (PG)

**Lapis**
edizioni

Introduzione

Ha scritto un giorno il direttore di un importante settimanale americano ai suoi redattori: «Ricordatevi che noi non possediamo i lettori né il loro tempo, dobbiamo conquistarli entrambi».



Dietro queste parole che valgono per tutti i giornali del mondo c'è la corsa, l'inseguimento continuo, lo sforzo quotidiano del giornalista per arrivare al lettore, raggiungerlo, incuriosirlo, interessarlo.

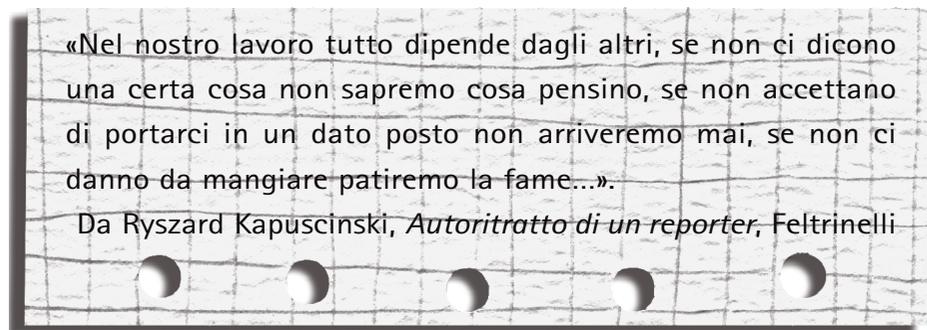
Senza questo incontro non esisterebbe l'informazione, cioè il mondo dei media che non è soltanto la carta stampata, ma anche televisione, radio, Internet, notizie che viaggiano sugli schermi dei telefonini, tablet e altri supporti tecnologici. Un mondo complesso e in rapida evoluzione.

I giornalisti si muovono in questa realtà con l'obiettivo di riferire attraverso le parole, le voci o le immagini, le cose che succedono nel modo più preciso e fedele possibile. È stato detto anche che: «I guai peggiori non li provoca colui che racconta quello che sa, ma colui che racconta più di quello che sa». Le invenzioni qui, a differenza dei romanzi, non sono ammesse.

Dunque ascoltate, guardate e leggete il mondo se volete raccontarlo. Parlate con gli altri: sono loro che dovrete andare a scoprire, decifrare, inseguire, aspettare, veder partire. Non importa se scriverete su un grande quotidiano o sul giornalino della vostra classe.

Certe regole attraversano le testate, i luoghi e i fatti senza cambiare.

Ha scritto un grande inviato come Ryszard Kapuscinski:



Fare i cronisti non significa soltanto scrivere, ma prima di tutto cercare, interrogare, capire. Alla fine, scrivere.

Ci saranno momenti in cui dovrete aspettare che succeda qualcosa, altri in cui correrete per ricostruire, attraverso le testimonianze delle persone, quello che è già avvenuto.

Preparatevi a restare svegli se c'è un aereo che non decolla e passeggeri arrabbiati all'aeroporto, ad essere buttati giù dal letto nella notte per una nave che fa naufragio. Ad essere chiamati per un corteo, una protesta, per una fuga dallo zoo, per un incendio, un delitto, una tempesta o mille altre storie che passano dal pianeta, dalla vostra città, dalla scuola o soltanto dalla finestra di casa vostra.

“Gli altri” sono le facce che vedrete piangere o ridere, emozionarsi o restare di ghiaccio davanti alle ventate improvvise della vita. Non dovete mai perderli di vista, non dovrete smettere di cercarli. Fare i cronisti significa riferire una frazione di tempo molto limitata, con tutte le complessità, le storie piccole, piccolissime o grandi.

Sarà come girare la manopola della radio e abbassare il volume della vostra

voce per cogliere meglio tutte le altre che vi stanno intorno, per ascoltare anche i respiri che non vengono fuori, le lacrime o le gioie e riuscire a trasformarle in parole e immagini.

Dovrete cercare di catturare i particolari, quelle cose che sfuggono normalmente ai passanti e che invece sono magari decisive nella comprensione di un fatto: i dettagli a volte cambiano le storie, ci permettono di vedere più in là e meglio.

Preparatevi a cogliere al volo le differenze, dentro i libri, al cinema, a teatro, alla televisione e nelle cose di tutti i giorni, guardando gli alberi o il traffico sui viali, la gente che entra o esce dalle stazioni.

I giornalisti sono degli osservatori in movimento continuo, quindi non stancatevi di viaggiare, di consumare le scarpe e le cuccette dei treni, le poltroncine degli aerei, i sedili dei bus o soltanto i pedali della bicicletta girando per la vostra città.

Ci sono notizie che cambiano il mondo e i governi, altre che cambiano le abitudini degli inquilini di un condominio: sono tutte importanti, passano tutte dalle stesse regole e da una stanza, la redazione, dove lavorano cento giornalisti o uno solo.

Allenatevi a fare domande, ad ascoltare le risposte, scavate, non smettete di chiedere. Perché non si comprende mai tutto, mai del tutto, mai fino in fondo. Perché avere in testa ancora una frase che finisce con un punto interrogativo vi aiuterà non soltanto nel lavoro, ma in generale nella vita, a non fermarvi a quello che avete sotto gli occhi.

Siate curiosi e affamati del nuovo senza dimenticare il vecchio, perché nelle radici di ieri c'è già un po' di futuro.

In queste pagine non vi insegneremo a diventare giornalisti professionisti, per quello ci sono le scuole, i corsi universitari, le redazioni.



Pillole di storia

LA ROTATIVA

Per più di tre secoli l'invenzione di Gutenberg, la stampa a caratteri mobili, non conobbe innovazioni tecnologiche sostanziali.

I giornali erano stampati col torchio tipografico, dove ogni singolo foglio veniva inserito per essere impresso stringendo le due parti della macchina. In questo modo si riusciva a stento a raggiungere tirature (il numero di copie stampate di una stessa edizione del giornale) di trecento pagine l'ora.

Molte cose cambiarono nei primi decenni dell'Ottocento.

Prima fu introdotta la stampatrice "piano cilindrica", dove i fogli, grazie a un sistema di rulli, venivano portati su di una lastra da cui venivano impressi. Questo tipo di stampatrice non lavorava più grazie alle braccia dei tipografi, ma era mossa dal vapore.

Le tirature quadruplicarono.

Non era finita qui. Intorno al 1840 fece la sua comparsa una macchina che, insieme alla linotype (vedi pag. 56), avrebbe trasformato il mondo dell'editoria. Era la rotativa.

La novità è descritta già dal nome: grazie a un sistema di rulli e lastre non più piane, ma curve, la carta del giornale scorre rapidamente all'interno della macchina e viene impressa. Ogni lastra curva è la matrice di una pagina.

Grazie a questa macchina, stampare giornali composti da più pagine divenne rapido ed economico.

Nel giro di pochi anni i principali giornali ebbero rotative capaci di produrre ventimila copie l'ora.



Come si sceglie una notizia

Nella redazione di un quotidiano arrivano tutti i giorni migliaia di notizie, una montagna disordinata di cose successe nel mondo, in Europa, in Italia, nelle città, nei paesi. Scoperte scientifiche, omicidi, arresti, dichiarazioni politiche, nuove leggi, tasse, controlli, gare di calcio, di sport, insomma un marasma di informazioni.

Ma quelle che i lettori leggeranno l'indomani saranno soltanto una piccolissima parte di ciò che è passato sui tavoli o sulle scrivanie.

Qualcuno, dentro la redazione, sceglie che cosa interessa al lettore, quali sono gli argomenti da pubblicare. La crisi economica in Italia, un attentato in Afghanistan, aumenta il prezzo del latte, Nanni Moretti lascia il cinema, il Napoli vince lo scudetto, Lady Gaga fa un concerto a Milano, la Fiat annuncia nuovi licenziamenti, ma anche: il Comune decide di ampliare l'area pedonale del centro, aumentano le iscrizioni nelle scuole, i fuochi d'artificio per la festa del patrono sono soppressi per mancanza di fondi.

Dalle grandi alle piccole cose di tutti i giorni, dagli scenari internazionali a quelli di casa: in base a quali criteri si decide di mettere o non mettere una notizia in pagina?

Cosa spinge a privilegiare una informazione rispetto a un'altra?

Il pensiero è rivolto al lettore finale, lo scopo è sempre quello di catturare



la sua attenzione. **Esempio:** se scriviamo per un giornale sportivo nazionale, non ci interessa se c'è stato un incidente stradale a Pescara con un morto e tre feriti. Se scriviamo per un quotidiano locale, facciamo il caso del *Centro* di Pescara, quell'incidente stradale è, per i nostri lettori, una notizia da privilegiare rispetto al nuovo centravanti acquistato dal Palermo calcio.

Proviamo a indicare i **criteri generali** per una buona scelta:

- 1** la novità
- 2** gli effetti sulla vita dei lettori
- 3** la vicinanza
- 4** la possibilità di ulteriori sviluppi
- 5** l'esclusività

Ora li vedremo uno per uno, tenendo sempre presente che, con la sola eccezione della novità, non esiste una scala gerarchica fissa, ma che i vari criteri devono essere presi in considerazione come se dialogassero tra di loro. È un po' come in un videogioco: bisogna controllare tutti i parametri per svolgere le missioni o i compiti che vengono affidati. Puntare su un unico fattore ci farebbe perdere.

Significa che nella valutazione della notizia non è mai uno solo il criterio che viene seguito, anche se di volta in volta, a seconda delle situazioni, del pubblico, del tipo di giornale, un aspetto diventerà predominante e ci farà prendere una strada rispetto a un'altra.

1 - LA NOVITÀ

La singolarità della notizia è una caratteristica importante. Anzi, potrebbe essere considerato il fattore principale: **se un fatto non è nuovo e insoli-**

to, è difficile che trovi spazio sul giornale. L'esempio classico viene ricordato in un vecchio detto del giornalismo che recita così: il cane che morde l'uomo non fa notizia, l'uomo che morde il cane sì.



In linea generale è vero: tra la notizia di un cane che morde il postino e quella del postino che morde il rottweiler dei signori Bianchi, non c'è dubbio quale sia la cosa insolita. Ma è davvero sempre così? No, e lo sapete anche voi. Per due motivi. Intanto può essere che anche al morso da parte di uno o più cani venga dato molto spazio.

Pensate ad esempio quando al telegiornale o sui quotidiani si parla di razze ritenute feroci e che rilievo viene dato se uno di questi cani aggredisce un bambino o un pensionato. Quindi in questo caso anche il cane che morde l'uomo diventa una notizia. Certo, non lo è di per sé, ma perché si inserisce in un filone, in una serie di fatti che hanno già attirato l'attenzione pubblica e che fanno discutere.

C'è poi un altro motivo per non prendere alla lettera questo esempio. Pensate al giornale che farete voi. Potrebbe essere destinato ai compagni di scuola. Ipotizziamo il caso del cane della signora Verdi, che ha già tirato due piccoli morsi ai ragazzi che passano davanti al suo giardino per non arrivare in ritardo in classe. Capita una terza volta. Merita tutta la vostra attenzione. Un articolo e magari anche degli approfondimenti.

Quindi, attenzione, l'abbiamo sottolineato all'inizio: la regola non è da prendere come un comandamento, ma va interpretata.

L'obiettivo è **saper cogliere la novità** e in questo sarà il cronista cercando, indagando e andando a curiosare sui fatti, a scoprire magari qualche particolare nuovo che rende attuale una notizia "vecchia".

La conoscenza, l'essere aggiornati sui vari argomenti, permette di capire subito quando siamo davanti a qualcosa di insolito, di mai visto. È semplicemente impensabile ritenere di fare i cronisti senza leggere i giornali, senza conoscere il mondo che ci sta intorno, a cominciare dai nostri amici e dai nostri presunti lettori (quando le due categorie non coincidano).

Hanno detto:

«Un articolo di giornale deve dare noia a qualcuno; altrimenti è solo pubblicità»

William Randolph Hearst



2 - GLI EFFETTI SULLA VITA DEI LETTORI

Ci sono notizie che ci toccano da vicino, che cambiano le nostre abitudini. Se il Comune decide di mettere un senso vietato in una strada importante della città, molti automobilisti dovranno fare un percorso diverso per andare a lavorare la mattina. Questa, si capisce bene, è un'informazione utile che i lettori si aspettano di trovare sul giornale.

Altro esempio: l'aumento del prezzo della benzina riguarda tutta l'Italia e giornali a tiratura nazionale, come *la Repubblica*, la metterebbero in prima pagina o comunque in grande evidenza.

L'aumento della tassa dei rifiuti nella città di Milano è invece una notizia che ha un impatto soltanto per gli abitanti di quella città, quindi sempre *la*

Repubblica, che ha anche le pagine di cronaca milanese, metterebbe questa informazione in quella sezione perché riguarda un pubblico più ristretto. Se però l'aumento è il primo di una serie che verranno decisi anche in altre città allora l'articolo potrebbe trovare spazio di nuovo sul fascicolo nazionale.

Quando scegliamo una notizia dobbiamo considerare sempre le conseguenze che quel certo evento ha sulle persone, in particolare sui lettori a cui il nostro giornale si rivolge.

Così ad esempio l'abbassamento da 18 a 16 anni dell'età per poter avere la

patente di guida per l'auto è una notizia da prima pagina, non soltanto perché riguarda i ragazzi

che hanno quell'età, ma perché in realtà

tocca anche i genitori, i parenti, gli

altri automobilisti che se li ritroveranno per le strade, le concessionarie di automobili, i vigili che si occupano della viabilità.

Il discorso diventa ancora più

importante se state costruendo il

vostro giornale. Ipotizziamo che abbiate deciso di creare una **fanzine**

(parola che nasce dall'unione di *fan* e *magazine*, vuol dire in sostanza "rivista amatoriale") dedicata a una famosa rock band.

I lettori a cui vi indirizzate sono gli appassionati dello stesso complesso o anche del medesimo genere musicale. Ecco allora che la notizia di una lite all'interno della band, che avrebbe forse un piccolo spazio sulle pagine degli spettacoli di un grande quotidiano, diventa invece uno degli articoli più importanti del vostro giornale. Perché hanno litigato? Il gruppo dovrà sostituire dei componenti? Si scioglierà? Continueranno la tournée oppure sospenderanno i concerti?



Una conseguenza dell'applicazione di questo criterio nella scelta della notizia diventa poi anche il calcolo del numero di lettori che potrebbero essere interessati. Se il fatto che volete descrivere incide sulla vita di poche persone avrà meno spazio di quello che modifica l'esistenza di migliaia o decine di migliaia di lettori. Ricordatevi però quello che si diceva prima: non si deve tener conto di un solo punto, ma fare una valutazione complessiva.

Quindi, anche un fatto che ha conseguenze sulle attività di molte persone potrebbe cedere il passo nella gerarchia delle notizie a un evento così insolito, così "nuovo" da imporsi per se stesso, come storia che tutti leggeranno al di là delle immediate conseguenze sulla propria vita.

Per intenderci, torniamo all'aumento del prezzo della benzina.

Si candida ad essere la notizia principale della prima pagina. Ma se quello è il giorno dello sbarco dell'uomo su Marte, non c'è partita. Da una parte abbiamo, è vero, una conseguenza diretta sulla vita di tutti i giorni dei lettori; ma dall'altra abbiamo un avvenimento straordinario per la storia dell'umanità e che potrà avere in futuro grandi riflessi a livello scientifico.

3 - LA VICINANZA

La vicinanza è un altro criterio importante. Le cose che accadono vicino a noi, in genere ci riguardano e ci interessano. **La vicinanza geografica è un aspetto decisivo nella scelta della notizia.**

Ipotizziamo due fatti che abbiano la stessa carica di novità. Addirittura immaginiamoci lo stesso fatto: il governo decide di chiudere tutte le scuole per tre giorni. Se si tratta delle scuole e del governo italiani, questo sarà argomento di ampi articoli su tutti i giornali del nostro Paese.

Se l'ordine riguarda la Nuova Zelanda, sugli stessi giornali italiani lo spazio

sarà molto ridotto fino a rischiare di scomparire, a meno che le motivazioni che stanno dietro la scelta del governo neozelandese non siano di per sé un'ulteriore notizia (la scoperta, ad esempio, di una epidemia).

Lo stesso discorso si applica per qualsiasi comunità di lettori.

Se scriviamo per un piccolo giornale locale siciliano, difficilmente daremo spazio alle piste da sci chiuse sulle Dolomiti per mancanza di neve.

Se scriviamo invece per un quotidiano di Bolzano, questo può essere l'argomento principale nei giorni della stagione e del turismo invernale.

Il criterio della vicinanza ha molte altre applicazioni, più sottili di quelle che vi abbiamo mostrato finora. Un aereo che cade a Cuba è senza dubbio una notizia che va pubblicata, ma il risalto di questo fatto sarebbe maggiore se sull'aereo ci fossero dei turisti italiani.

Sempre per rimanere in tema di incidenti, se un pullman finisce in un bur-

rone e ci sono dieci morti, la notizia sui giornali italiani avrà spazi decisamente diversi se il fatto è avvenuto su una strada lombarda o se invece è capitato in Nepal e tra le vittime non ci sono italiani. Questo non vuol dire che la vita di un italiano abbia un valore diverso rispetto a quella di un nepalese (o di un cittadino di qualsiasi altra nazionalità). È solo che in questo caso la vicinanza geografica premia un fatto rispetto all'altro.



C'è di più. La vicinanza può essere **sociale** o **psicologica**. Se avete deciso di realizzare un giornale indirizzato ai vostri coetanei, darete spazio a tutte le notizie che riguardano i ragazzi come voi, mentre sarete portati a ignorare quelle che coinvolgono i cinquantenni. Non vi interessa insomma la rifor-

ma delle pensioni, ma dove si vendono i biglietti per il concerto di Vasco Rossi nella vostra città, sì.

La **vicinanza psicologica** è quella legata al protagonista della notizia e alla sua notorietà. Più grande sarà quest'ultima, maggiore importanza verrà data al fatto che lo riguarda. Se la vostra professoressa scivola per le scale, la cosa potrebbe forse avere qualche rilevanza per il giornale di classe (soprattutto se dovrà restare assente per un po' di tempo), ma non arriverebbe nemmeno nelle pagine di cronaca del quotidiano locale.

Se a scivolare è il presidente degli Stati Uniti mentre scende dall'aereo durante una visita ufficiale è certo che troverete la foto su molti giornali non solo italiani, ma anche di altre nazioni. Questo perché la vita di persone famose o importanti allarga il raggio di interesse, si crea una specie di "vicinanza psicologica".

4 - GLI SVILUPPI

Ci sono notizie che nascono e muoiono in un giorno, altre che diventano storie, con una trama a puntate anche lunga settimane e mesi.

Gli sviluppi che un fatto può avere pesano nella decisione di dargli o meno risalto sul giornale. Facciamo un **esempio**: un gruppo di minatori rimane intrappolato in una galleria. Le forze di soccorso provano per ore a scendere nei cunicoli, ma ci sono enormi difficoltà, pericolo di crolli e una febbrile attenzione della gente. In superficie ci sono ambulanze, polizia, carabinieri, forze della protezione civile ed esperti di geologia.

Ogni volta che una squadra dei vigili del fuoco si cala sottoterra, si crea un clima di attesa e una forte tensione emotiva. Per un giorno intero hanno provato a liberare i minatori, ma ancora a sera non ci sono riusciti.

I lavoratori sono stati localizzati, prigionieri in una galleria, l'indomani i soc-



corritori riproveranno con altre tecniche. Più passano le ore e più la vita dei minatori è a rischio: più cresce la preoccupazione, più la notizia suscita interesse e ansia.



Hanno detto:

«Tutti i giornalisti sono, per via del loro lavoro, degli allarmisti: è il loro modo di rendersi interessanti»

Arthur Schopenhauer

Se i minatori fossero stati subito liberati, il giorno dopo avreste trovato un articolo meno ampio sul giornale; siccome invece la vicenda non si è conclusa, i giornalisti la sviluppano con diversi articoli: la cronaca dell'incidente, le interviste a eventuali testimoni e ai compagni di lavoro dei minatori, i sindacati che parlano delle norme di sicurezza carenti, il capo dei vigili del fuoco che racconta le difficoltà del salvataggio, l'attesa e le lacrime nelle famiglie dei lavoratori.

5 - L'ESCLUSIVITÀ

Al cinema o in televisione vi sarà capitato certo di vederlo. Il giornalista che dice: «Ho uno scoop». Significa offrire una notizia in esclusiva; **qualcosa che domani gli altri giornali non avranno. Può essere un'intervista a un personaggio famoso, la notizia di un arresto, di un'inchiesta della magistratura o qualsiasi altro fatto.**

Avere un'esclusiva ci spingerà a dare maggior rilievo a quell'evento e a lanciarlo per cercare di sbaragliare la concorrenza.

Talvolta la "lotta" tra giornalisti è molto accesa proprio su questo terreno.

L'esclusiva è un bene prezioso, soprattutto se il tema è importante.

La concorrenza non è soltanto fra i cronisti della carta stampata, ma anche con i colleghi degli altri media: tv, radio e Internet.

I quotidiani vengono aggiornati ogni 24 ore, gli altri mezzi molto più spesso, alcuni come i siti Internet, addirittura in tempo reale. Per questo al cronista del giornale viene richiesto qualcosa in più, un approfondimento o qualcosa di nuovo.

L'esclusiva può essere anche una testimonianza o un particolare sviluppato all'interno di una notizia comune ad altri media. Prendiamo un grande fatto di cronaca che è già stato descritto dai telegiornali con riprese e immagini del luogo in cui si è svolto. Il giornalista del quotidiano è riuscito però a intervistare un testimone che non ha parlato con altri: un passante che ha visto tutto e che ricostruisce in maniera diversa l'evento.

Ecco, quell'articolo finirà in grande evidenza sulle pagine domani in edicola.

UN PENNY PER LA CRONACA

Pillole di storia

Nella prima metà dell'Ottocento i giornali negli Stati Uniti si occupano per lo più di politica, costano sei penny e si rivolgono solo ai più ricchi e ai più colti.

Ma verso il 1830, anche grazie ai nuovi metodi di stampa che permettono tirature più alte, sulla costa orientale iniziano ad essere venduti quotidiani più economici, offerti dagli strilloni per strada al prezzo di un penny.

Il primo giornale di questo genere che si impone a New York è *The Sun*. A suo modo una rivoluzione: via i lunghi e ripetitivi articoli sui dibattiti parlamentari, largo per la prima volta alla

cronaca. Resoconti condensati dei fatti accaduti in città, racconti di quanto avviene nei tribunali cittadini, uno stile asciutto: questi gli ingredienti del successo della *penny press*, la vera antenata della stampa moderna.

Un'antenata con qualche peccato di non poco conto: per esempio un sensazionalismo sfrenato, poca cura nella verifica delle notizie, la pubblicazione disinvolta di storie assolutamente inventate (dette "hoaxes").

LE MODE E IL PICCIONE GONFIO

Oltre ai criteri che vi abbiamo spiegato qui sopra, talvolta un argomento resta in primo piano per fattori legati all'**emotività del momento**.

I vostri genitori vi hanno mai raccontato i giorni dell'emergenza "aviaria", del famoso "virus dei polli"? Nel 2006 c'era una grande preoccupazione per la paura del diffondersi di un contagio. La notizia dell'epidemia che faceva strage di volatili in Cina era vera.

Così come era vero che alcuni uomini erano stati infettati ed erano morti.

Ma questo era dovuto alle particolari condizioni igieniche in cui lavoravano e dormivano (di fatto convivevano con i polli infetti).

Da qui, nel giro di poche settimane, siamo giunti all'allarme europeo per l'arrivo degli uccelli migratori che avrebbero potuto spargere il virus sul continente, con conseguente rischio per grandi e piccoli.

Non è andata così, per fortuna. Ma in quei giorni sulla stampa c'era un grande allarme. Le vendite di carne di pollo e di tacchino erano crollate: meno 25%, poi meno 40%, alla fine meno 60%.



I servizi sanitari erano raggiunti da segnalazioni di ogni tipo. Un cittadino telefonò allarmatissimo a una Asl della Toscana per dire: «Ero in un giardino, ho visto un piccione gonfio. Che devo fare?». Nulla, ovviamente.

Il piccione era solo grasso, forse viziato da qualche nonno che lo rimpinzava di pane secco insieme al nipotino.

Insomma, **quando c'è un allarme** bisogna fare attenzione a non lasciarsi prendere la mano, **meglio essere prudenti**.

I RECORD

IL QUOTIDIANO PIÙ ANTICO D'ITALIA

È un primato che si contendono la *Gazzetta di Mantova* e la *Gazzetta di Parma*. La prima rivendica il fatto di essere la più antica, con un inizio delle pubblicazioni che risale al 1664 (ma allora non usciva tutti i giorni). La seconda afferma di essere quella che da più tempo viene stampata senza interruzioni, facendo risalire la prima uscita alla metà del Settecento.

Abbiamo detto che ogni giorno nelle redazioni arrivano montagne di notizie, un tesoro per la democrazia del mondo.

Ma non dobbiamo mai dimenticare che in qualche paese, in qualche posto c'è sicuramente una notizia che non ci arriva perché magari nessuno lì la raccoglie.

Dobbiamo fare in modo, tutti insieme, che queste notizie non date siano il meno possibile perché la conoscenza è alla base di ogni libertà.