Lead letterari

- “Quel ramo del lago di Como che volge a mezzogiorno, tra due catene non interrotte di monti, tutto a seni e a golfi, a seconda dello sporgere e del rientrare di quelli, vien, quasi a un tratto, a ristringersi…”
- “C’è una ragione perché sono tornato in questo paese, qui e non invece a Canelli, a Barbaresco o in Alba. Qui non ci sono nato, è quasi certo; dove sono nato non lo so…”

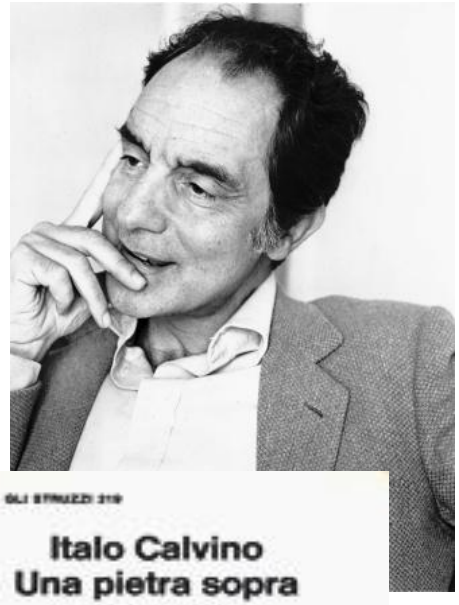
Lead letterari



- “Sulla tavola della cucina c’era una bottiglietta di linimento che suo padre si dava ogni sera tornando su dalla bottega, un piatto sporco d’olio, la scodella del sale… Ettore passò a guardare sua madre.”

(Beppe Fenoglio, “La paga del sabato”, 1969 – postumo)

Da Fenoglio al giornale



“La cosa di cui sono più contento è il disegno della copertina. E’ di Steinberg.”

La guardiamo. Su una china ripidissima un piccolo cavaliere armato di lancia insegue un drago che pare un coccodrillo, e cavallo e cavaliere sono incalzati da una enorme sovrastante valanga che sta per inghiottirsi tutto.

“Una valanga che è poi il mondo stesso.”

E il cavaliere potrebbe essere una metafora dell’intellettuale? O magari dell’autore?

“Anche, perché no? Una metafora dell’intellettuale e del suo totale fallimento”.

Calvino parla lentamente. Nella sua sintassi il silenzio è una parte del discorso e a volte dice più delle parole. E nel silenzio puoi guardare con calma la giacca un po’ troppo ampia, la camicia verde scuro sbottonata, senza cravatta, il maglione.



(Gazzetta del Popolo, 18 aprile 1980)

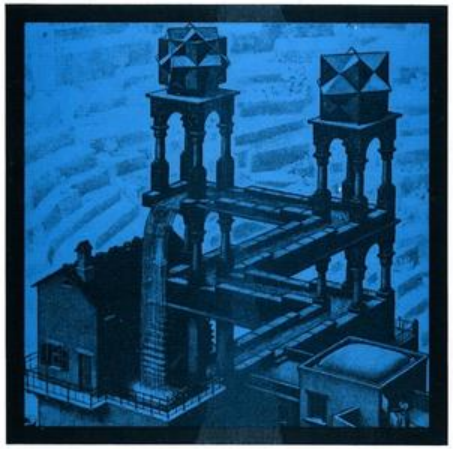
Royal Institution (UK) 2006:
"Il miglior libro di scienza di tutti i tempi"

«Ci sono, nell'aria che respiriamo, i cosiddetti gas inerti. Portano curiosi nomi greci di derivazione dotta, che significano *il nuovo*, *il nascosto*, *l'inoperoso*, *lo straniero*. Sono, appunto, talmente inerti, talmente paghi della loro condizione, che non interferiscono in alcuna reazione chimica, non si combinano con alcun altro elemento, e proprio per questo sono passati inosservati per secoli.»



PRIMO LEVI

IL SISTEMA PERIODICO



EINAUDI

Organizzare il discorso

- Ricerca delle informazioni
- Verifica
- La scaletta



- Elogio del riassunto



Alcune forme giornalistiche

- Comunicato d’agenzia
- Articolo di cronaca
- Articolo in forma narrativa
- Intervista
- Recensione
- Inchiesta (più o meno “investigativa”)



L’intervista - 1

- L’intervista è un mix di preparazione e improvvisazione. Occorre preparare con cura le domande dopo essersi ben documentati sull’intervistato se si tratta di un personaggio famoso. Però occorre anche essere pronti a improvvisare sulla base delle risposte ottenute: per chiedere approfondimenti o cogliere particolari curiosi o per afferrare al volo un spunto che fa scoop, magari sfuggito involontariamente all’intervistato.
- Le domande avranno un ordine logico, in modo da tracciare una storia del personaggio o una argomentazione coerente sul tema
- Nel predisporre questo ordine ci si accorgerà che alcune domande sono superflue perché già implicite in altre: meglio sfrondare.
- L’intervista può essere centrata sul personaggio (specie quando è una celebrità) e quindi avere un taglio biografico o cronistico, oppure su un evento del quale l’intervistato è protagonista o testimone, o ancora riguardare un tema sul quale l’intervistato è particolarmente esperto. E’ bene avere in mente con chiarezza quale delle tre strade si intende percorrere:.
- E’ bene registrare l’intervista ma (salvo casi eccezionali nei quali si deve giocare d’astuzia) è corretto chiedere all’intervistato il permesso di farlo. Questo gesto può togliere spontaneità alle risposte ma favorisce un clima di fiducia, migliorando il rapporto di complicità.
- Il buon intervistatore è discreto: sa di essere lì per ascoltare, non per dire la sua. Meno parlerà, più l’intervistato sarà indotto a parlare.

L’intervista - 2

- I risultati migliori si ottengono instaurando un dialogo secco e diretto. Le premesse e gli incisi tolgono efficacia alle domande, e di conseguenza anche alle risposte. Se però la domanda è delicata, piuttosto di ricevere un rifiuto, conviene provare a formularla in modo indiretto con espressioni del tipo: “c’è chi vorrebbe sapere se...” oppure “come reagisce a chi la critica dicendo che....”.
- Esistono in sostanza due tipi di stesura di una intervista: quella “secca” e quella “costruita”. Nel primo tipo, a un breve capoverso introduttivo seguono domande e risposte e il testo si chiude con l’ultima risposta. Nel secondo tipo le risposte virgolettate vengono inserite in un contesto di altre informazioni e spiegazioni costruito dal giornalista.
- Quando si passerà alla trascrizione, ci si accorgerà che il testo registrato è lunghissimo rispetto allo spazio disponibile. Il linguaggio parlato ha un’alta dose di ridondanza. La trascrizione non solo può ma deve eliminare la ridondanza, le ripetizioni, le successive approssimazioni che talvolta sono necessarie parlando per arrivare alla risposta voluta. Abbreviare le domande farà sempre bene all’intervista, ma anche l’ampiezza delle risposte deve essere contenuta. Per ridurre ulteriormente il testo conviene poi eliminare domande e risposte non strettamente necessarie.
- Pur eseguendo questi interventi di ridimensionamento, non si eserciterà mai una censura sulle risposte.

L’intervista -3

- E’ inopportuno da parte del giornalista inserire propri commenti a posteriori o modifiche nella formulazione delle domande. Eventuali commenti devono essere fatti nel corso dell’intervista, in modo che l’intervistato abbia la possibilità di reagire.
- Nel caso di interviste su temi delicati che potranno dare luogo a contestazioni, è bene tenere per sé qualche particolare significativo dell’intervista, da utilizzare in una eventuale replica.
- Anche se ha concesso il permesso di registrare, l’intervistato ha il diritto di chiedere che una parte delle sue risposte non lo sia
- Discutibile è invece il diritto alla rilettura del testo da parte dell’intervistato. In linea di massima a questa richiesta la risposta sarà negativa perché corrisponde a una mancanza di stima e di fiducia nei confronti di un professionista dell’informazione. Talvolta però,nel caso di interviste su temi scientifici, può essere utile sia all’intervistato sia al giornalista un controllo sul testo, a vantaggio della correttezza dell’informazione.
- Se l’intervistato vorrà portare correzioni che non corrispondono a errori di contenuto ma modificano posizioni e affermazioni rilasciate in piena consapevolezza durante il colloquio, il giornalista avrà ottime ragioni per respingere queste pretese.
- In caso di richiesta di rettifica, il giornalista avrà ancora diritto a una breve replica, purché documentabile (registrazione).

L’Indice di Leggibilità

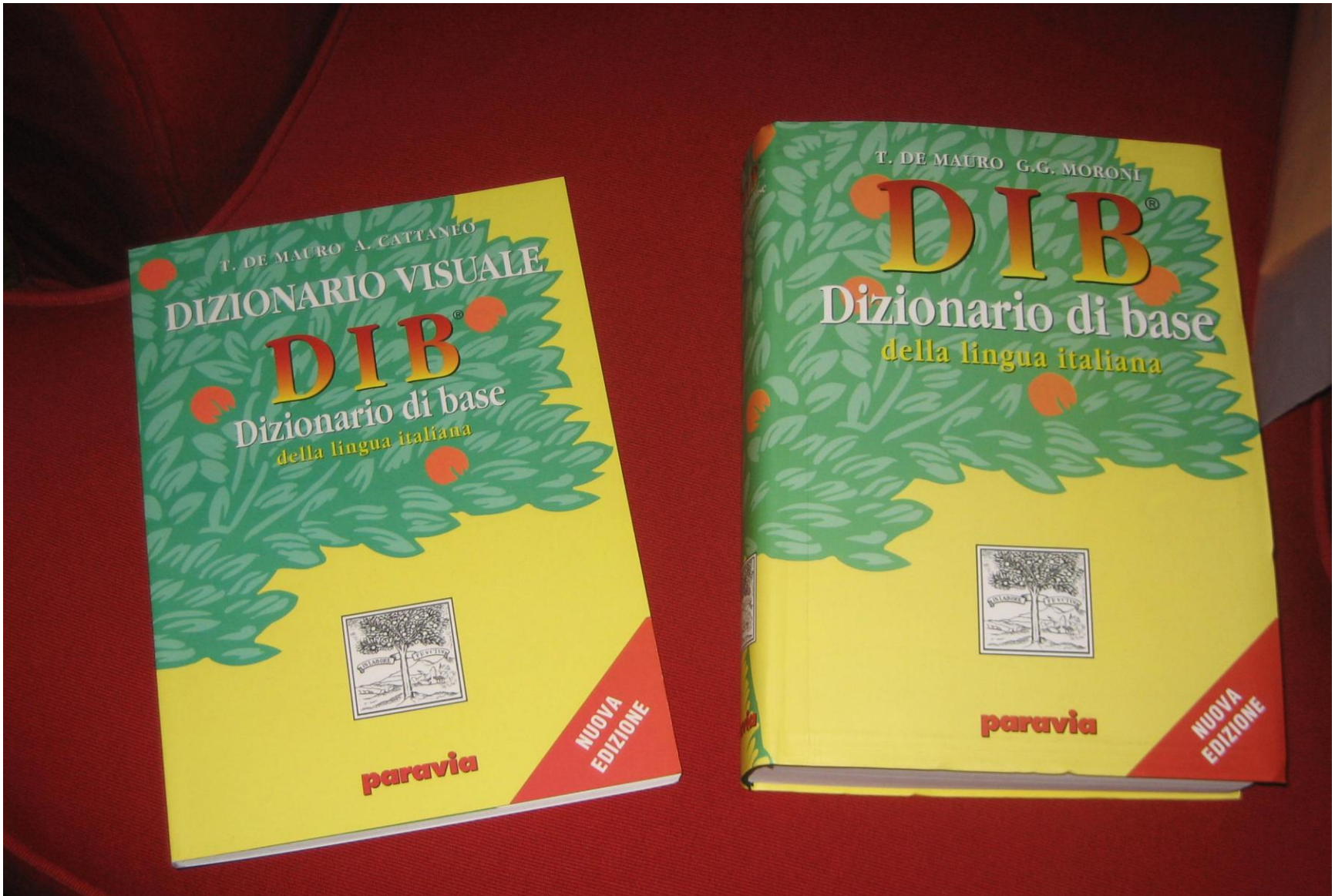
- Rudolph Flesch 1947
- IL = 206 - (0,6 x S) - P
- dove P è il numero medio di parole per frase in un campione di 100 parole;
- S il numero di sillabe per 100 parole;
- 206 la costante applicata per mantenere l’Indice di leggibilità tra 0 e 100;
- 0,6 è la costante riferita alla lunghezza media delle parole italiane)

Tullio De Mauro

Università di Roma



Il dizionario di base



Le 7000 parole più frequenti

- «Vocabolario fondamentale»: 1.991 parole. Le più usate in assoluto nella nostra lingua (esempi: amore, lavoro, pane).

- «Vocabolario di alto uso»: 2.750 parole. Molto usate, ma meno di quelle del Vocabolario fondamentale (esempi: palo, seta, toro).

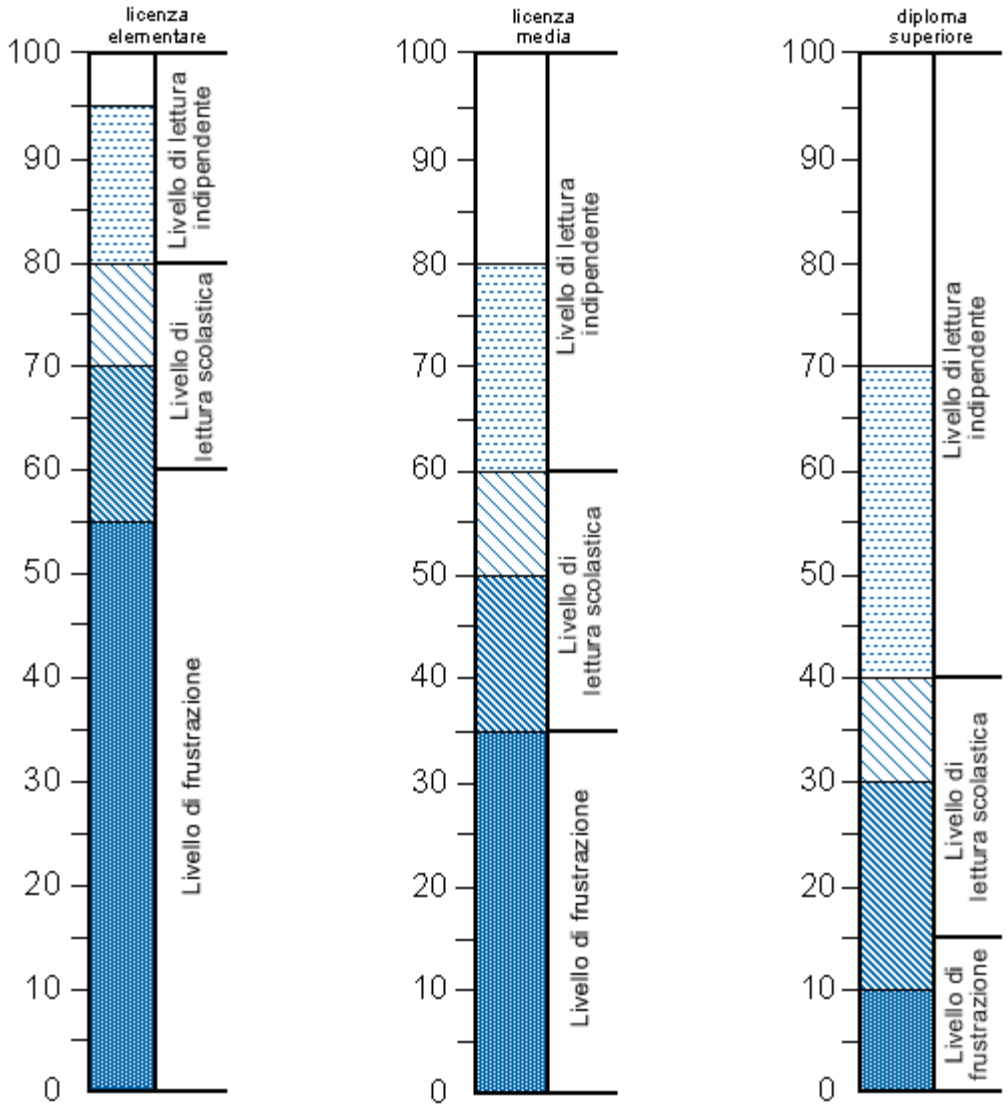
- «Vocabolario di alta disponibilità»: 2.337 parole. Poco usate nella lingua scritta, ma molto in quella parlata (esempi: mensa, lacca, tuta).

Indice di leggibilità/comprensibilità

- GULPease (Gruppo Universitario Linguistico e Pedagogico) di Tullio De Mauro, Un. La Sapienza, Roma)
- IL = 89 – (Lp:10) + (3x Fr)
- dove:
- Lp = (100 x totale lettere) / totale parole
- Fr = (100 x totale frasi) / totale parole

(Per un test, vedi www.eulogos.net)

Indice Gulpease: scala dei valori



Così la finanza parla all'investitore

Comparto obbligazionario: **è stata mantenuta nel complesso una duration sottopesata rispetto al benchmark**,**specie sui mercati americano e** *giapponese*; **sull'**area **euro è stato leggermente ridotto il sottopeso di duration a maggio visto il** livello **raggiunto dai** *tassi* **di interesse**. 38,25**E' stata mantenuta una diversificazione molto contenuta sui comparti corporate ed** emergente. 48,17**Si è aumentata la diversificazione sul comparto obbligazionario euro**, inserendo **il fondo Raiffeisen Obbligazionario Dynamic Bonds**, **e sul comparto obbligazionario globale**, **con il fondo Templeton Global Bond Fund**.35,43**Comparto azionario**: **la** *composizione* neutrale **di equity di inizio trimestre è stata incrementata sulle** debolezze **dei mercati di maggio e giugno**, **fino ad arrivare ad una posizione di sovrappeso del 10 per cento circa su tutte le linee**. 46,11**Per quanto riguarda le** aree geografiche, **si è mantenuta una posizione di sovrappeso dell'azionario americano e** *giapponese*, **di neutralità sull'**emergente **e di sottopeso su quello europeo**, **incrementando quest'ultimo sulla** debolezza **del mercato e arrivando a fine trimestre con una posizione di neutralità**. 39,22**La** scommessa **settoriale sulle linee più aggressive è ancora a favore del growth** (**più farmaceutici che tecnologici**).50,18Commento **alla performance da inizio anno**.80,67**Da inizio 2006 tutte e tre le linee hanno** conseguito **delle performance superiori al benchmark e all'**indice **Fideuram**. 53,74**La posizione di sottopeso di duration ha** contribuito **molto** positivamente **alla performance vs**. **benchmark**. 46,86**Il** contributo **alla gestione tattica del peso equity contro bond** (**Market timing**) **è stato molto** positivo **nell'intero** *semestre*, **in particolare con gli acquisti fatti nel mese di maggio e giugno**, **sui forti ribassi dei mercati**. 46,78**Il** contributo **alla performance della diversificazione equity** geografica **è stato** positivo **nelle** fasi **di** debolezza **dei mercati per il sovrappeso dell'**area **americana verso quella europea ed** emergente, *negativo* **per il sovrappeso dell'**area *giapponese*. 37,57Positivo **il** contributo **nell'ultimo trimestre sulle** fasi **di storno dei mercati equity**, **sia dei fondi della casa in generale che delle sicav di terzi più** orientate **a mercati a elevata** *crescita* (**Paesi** emergenti, **Giappone**, **fondi europei ed americani più aggressivi rispetto al benchmark**42,41

- **L'Indice Gulpease 43,39** pone il testo al di là di ogni possibilità di comprensione per chi ha una licenza elementare. Chi ha una licenza media lo troverà molto difficile. Anche chi ha un diploma superiore faticherà a farsi un'idea del contenuto

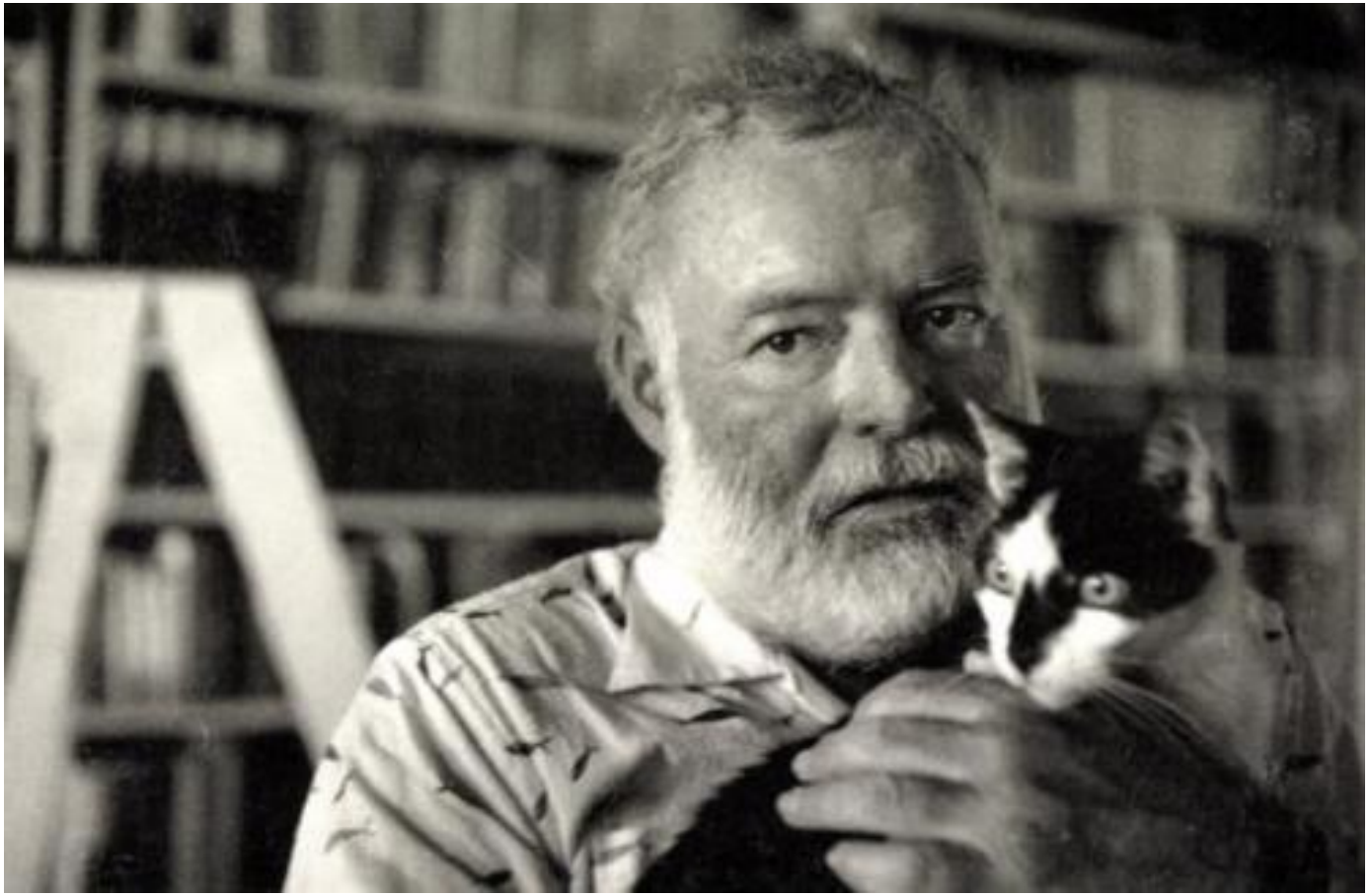
Così la finanza parla all'investitore

- **1. Dati di sintesi**
- Totale parole: **334**
- Parole diverse: **171**
- Rapporto Totale parole/Parole diverse: **1,94**
- Totale frasi: **12**
- Indice Gulpease: **43,39**
  - Lunghezza media delle frasi: **27,83** parole
  - Lunghezza media delle parole: **5,66** lettere
- Parole non riconducibili al *Vocabolario di base*: **74** (22,16% delle parole del testo)
- Parole riconducibili al *Vocabolario di base*:
- **Livello del VdBParole% parole% parole tra le parole VdB**Fondamentale**221**6685,00Alto uso**31**9,2811,92Alta disponibilità**8**2,403,08Totale parole VdB**260**77,84100

Chi è più bravo?

- Ezo Biagi 63
- Isaac Asimov 61
- Primo Levi 60
- Umberto Eco, “Il nome della rosa” 49
- “I promessi sposi”, incipit 34
- Vittorio Sgarbi 34
- Carlo Emilio Gadda 10
- Leggi fiscali IL tendente a 0

L’Indice Hemingway (Usa, 2014)



Regole del messaggio scientifico

- 1) Si proceda sempre dal noto verso l'ignoto: quindi è opportuno, qualunque sia il tema da trattare o la notizia da comunicare, fare riferimento a esperienze e oggetti comuni, che il pubblico conosce bene.
- 2) Il racconto è la forma più naturale di comunicazione tra gli uomini: l'informazione scientifica non fa eccezione, e quindi sarà sempre opportuno trasformarla in racconto, individuando il protagonista e l'eventuale antagonista, l'intreccio problematico che si risolve nella scoperta o in qualche risultato scientifico. Ricordiamoci che la ricerca ha molte caratteristiche del giallo: c'è un indizio, ci sono scienziati-detective spesso in competizione tra loro, c'è un assassino da scoprire (il fenomeno misterioso che è all'origine degli indizi). La biografia è narrazione per eccellenza: per questo le biografie degli scienziati hanno fortuna e sono così efficaci anche nel comunicare le loro scoperte e invenzioni. La parola biografia si può anche intendere in senso figurato, estendendola al di là delle persone: Emilio Segré ha scritto una "Biografia della fisica".
- 3) Anche i messaggi informativi e razionali passano attraverso la porta delle emozioni: è sempre efficace toccare questa corda del lettore se si vuole attirarne l'attenzione e la partecipazione.
- 4) Sempre funzionale è la tecnica di porre una domanda e poi proporre la risposta: non a caso la Controriforma introdusse il Catechismo come tecnica pedagogica particolarmente efficace per insegnare le "verità di fede" fondamentali. Occorre avviare nel lettore un circolo virtuoso che muove dallo stupore, pone una domanda, fa sorgere ipotesi di risposta, offre la soluzione documentandola con prove sperimentali, e di qui fa ripartire lo stupore.
- 5) Utile è il ricorso ad aneddoti in quanto questi sono una forma di narrazione accattivante e facile da praticare anche da parte di chi non possiede particolari doti narrative. E' bene però che gli aneddoti non siano "aneddotici", cioè non siano curiosità inserite nell'articolo in quanto tali, più o meno casualmente. L'aneddoto deve essere strettamente pertinente al tema e in qualche modo esemplare, in modo da fissare nella memoria il messaggio centrale dell'articolo.
- 6) Una citazione spiritosa o una battuta umoristica non dovrebbero mai mancare, magari in posizione strategica: all'inizio dell'articolo o alla sua conclusione.

Attenti ai registri di scrittura

- Sventurato
- Sfortunato
- Scalognato
- Iellato
- Sfigato

- Disgraziato

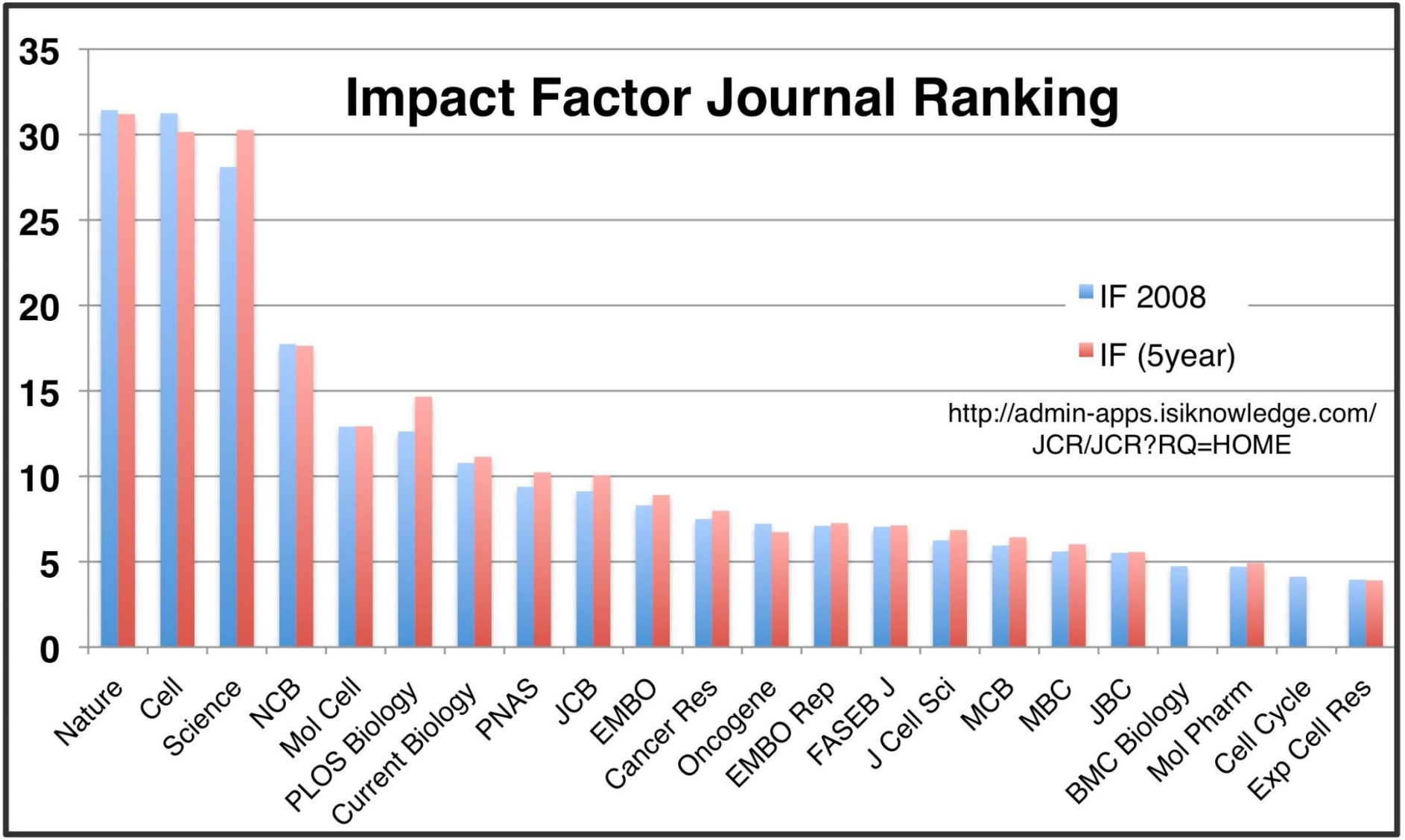


Un pizzico di umorismo stile BBC

- Un cervello con quoziente intellettivo maggiore consuma più calorie?
  In linea di massima, la risposta è sì. Ma rispetto a un cervello "stupido" la differenza è piccola. Le aree del cervello più attive ricevono un flusso di sangue maggiore e assorbono più glucosio. L'intensificarsi del flusso sanguigno è in realtà quello che permette agli scanner per la risonanza magica funzionale di rilevare l'attività del cervello. Si può pensare che una persona meno intelligente spenda meno calorie quando pensa intensamente a un problema dato, ma uno studio del 1995 alla University of California ha provato il contrario. Quando un problema mentale ti sembra facile, è perché hai più neuroni che lavorano insieme per risolverlo. L'energia totale spesa è più grande, ma hai la sensazione di uno sforzo minore.
  Tuttavia, questo studio riguardava solo l'energia spesa a breve termine quando i volontari si concentravano sul problema. Non si può generalizzare e concludere che un cervello con quoziente intellettivo maggiore consumi più calorie nel corso di una giornata ordinaria. E comunque, il numero di calorie extra bruciate quando si pensa è davvero piccolo rispetto alla richiesta energetica di base del cervello quando non sta facendo niente. Il nostro cervello usa circa 300 calorie al giorno solo per mantenere i suoi tessuti. Concentrarsi su problemi difficili richiede appena da 20 a 50 calorie in più ogni giorno. È più o meno quello che si consuma camminando per quattro minuti. Quindi, a meno che non risolviate sudoku sul tapis roulant, l'attività cerebrale in realtà fa diminuire il consumo totale di calorie, semplicemente perché dedichiamo meno tempo alle attività fisiche.

Accertamento delle fonti

- Googlescholar http://scholar.google.it/
- Mednet http://www.nlm.nih.gov/bsd/pmresources.html
- Inspirehep.net http://inspirehep.net/
- Scirus: http://www.scirus.com/


Impact Factor Journal Ranking
35
30
25
20
15
10
5
0
IF 2008
IF (5year)
http://admin-apps.isiknowledge.com/JCR/JCR?RQ=HOME
Nature
Cell
Science
NCB
Mol Cell
PLOS Biology
Current Biology
PNAS
JCB
EMBO
Cancer Res
Oncogene
EMBO Rep
FASEB J
J Cell Sci
MCB
MBC
JBC
BMC Biology
Mol Pharm
Cell Cycle
Exp Cell Res

L’assalto degli uffici stampa
Bon ton telefonico





L’assalto degli uffici stampa



Economia

News aziendali

Andrew Edgecliffe-Johnson, Financial Times, Regno Unito. Foto di Will Steacy

Le notizie che riguardano le aziende sono scritte sempre più di rado dalle redazioni dei giornali. A produrle sono gli uffici stampa, che le offrono già confezionate ai mezzi d’informazione

Una popolazione di centomila abitanti non garantisce più a una città come Richmond, in California, di avere un quotidiano tradizionale. I lettori sono passati dalla stampa agli smartphone, e anche i ricavi pubblicitari ci

nazionale del petrolio da 240 miliardi di dollari è proprietaria della raffineria di Richmond, che nel 2012 prese fuoco spargendo pennacchi di fumo nero su tutta la città e mandando più di 15mila cittadini in ospedale. Il direttore è Mike Aldax, un ex giornalista del San Francisco Examiner