

UN HOUSE ORGAN PER "MIRARE" MEGLIO

A volte basta un house organ, o una news letter ben costruiti, per raggiungere con efficacia e a costi contenuti, il proprio target, senza i grandi investimenti necessari per campagne di comunicazione che disperdono necessariamente il messaggio dovendo rinunciare a differenziare con precisione il pubblico.

Grazie alle nuove tecnologie, oggi è possibile realizzare riviste cartacee a tiratura limitata oppure mezzi di comunicazione da diffondere via e-mail, con costi di trasmissione minimi.

L'Agenzia Aba Comunicazione è specializzata nella realizzazione di comunicazione aziendale sia per pubblici interni sia per pubblici esterni. Non esitate a chiedere un incontro con i nostri specialisti.

Incanta i ragazzi la storia del Porto di Enzo Marciante



La storia del Porto di Genova a fumetti, raccontata da nonno Arturin al polpo suo compagno di pesca: da quando l'Autorità Portuale ha scelto la via del fumetto per soddisfare le curiosità dei ragazzi delle scuole in visita nello storico Palazzo San Giorgio, la musica sembra completamente cambiata. Non più occhiate distratte ai dépliant e alle mappe di prima, ma sorpresa, divertimento, gusto della scoperta. Certo, il colpo da maestro, per il presidente Giovanni Novi è stato affidare a Enzo Marciante, uno dei più grandi fumettisti e illustratori genovesi, fra i più apprezzati artisti italiani, il compito di raccontare l'avventurosa storia del porto genovese dalle origini ai giorni nostri. Solo dalla matita di Marciante infatti, poteva uscire, con la precisione di un chirurgo - grazie alla collaborazione del team di esperti guidati da Danilo Cabona - questo "Caravana, camalli, anfore, Cantainers, crociate e crociere" (De Ferrari Editore) che riserva più di una sorpresa perfino a chi la storia la conosce già.

Un libro di Marina Milan e Sergio Splendore Giornalismo, quanti cambiamenti!

I media in Liguria negli ultimi vent'anni

Oltre 300 pagine di storia, testimonianze, analisi, interviste, confronti di idee e di modelli. Un testo scorrevole, scritto con tecnica quasi giornalistica se non si notasse la mano del sociologo e nello stesso tempo dello storico. Eh già, perché questo "Giornalismo in mutazione - Inchiesta sui media tra Genova e la Liguria (1980-2004)",

edito da Erga, in effetti è proprio figlio della storica Marina Milan, docente di Storia del Giornalismo alla Facoltà di Scienze Politiche dell'Università di Genova, e del giovane sociologo Sergio Splendore. Per entrambi l'obiettivo era raccontare - con gli auspici dell'Ordine dei Giornalisti che ha patrocinato, i fondi della Fondazione Carige che ha finanziato e l'impulso dell'Università che ha ideato - i cambiamenti del giornalismo nostrano nell'ultimo ventennio. Anni mica tranquilli, che hanno visto la caduta del monopolio Rai e la nascita delle radio libere e del mercato delle tv commerciali, con l'imporsi di nuove regole e nuovi padroni mossi dalla necessità della conquista della grande torta pubblicitaria. E poi lo sconvolgimento delle nuove tecnologie: dalla composizione a freddo fino a Internet e alla rivoluzione del web. Tanto è cambiato in due decenni nei metodi di produzione dell'informazione, ma tanto è cambiato anche nel modo di lavorare e di trattare le notizie da parte dei giornalisti. Una prova del fuoco è stato il G8 del



2001, che «si è rivelato - sostengono gli autori - una straordinaria opportunità per uscire dagli schemi del localismo e proporre un giornalismo consapevole».

Il libro, che si apre con una approfondita introduzione storica della professoressa Milan, affronta il "caso Liguria" dando la parola direttamente ai protagonisti, e mettendo a confronto

le loro testimonianze. Parte dalla metodologia del lavoro e arriva alla "prospettiva trasmediale", passando da "l'informazione in formazione", dai "processi di newsmaking per la carta stampata", dall'informazione televisiva e radiofonica delle emittenti private. Sempre con uno sguardo "dal di dentro", gettato soprattutto da Splendore, il quale ha chiesto e spesso ottenuto di frequentare le redazioni delle varie testate osservando i giornalisti al lavoro, parlando con loro, chiedendo spiegazioni, approfondendo i vari aspetti della professione.

Tra i giornalisti intervistati, come testimoni diretti dei mutamenti intervenuti in questi anni nella professione, anche Gianfranco Sansalone, direttore dell'agenzia Aba News, la cui redazione ha accolto il sociologo Sergio Splendore durante le sue ricerche.

Tra le fonti frequentemente citate nella ricerca dei due autori, L'Agenda della Comunicazione, edita da Aba Comunicazione e il mensile Accamuta, fondato e diretto da Sansalone negli anni '80.