

---

## Il boom dei giornali gratuiti

**Autore:** Paolo Crepaz

**Fonte:** Città Nuova

Impossibile non averne presa almeno una volta una copia, anche solo per curiosità. I quotidiani gratuiti, in linguaggio tecnico free-press, rappresentano il fenomeno editoriale dell'anno: Leggo con 700 mila copie, Metro con mezzo milione, hanno da tempo sorpassato la tiratura dei quotidiani a pagamento. La loro gratuità poggia sulle inserzioni pubblicitarie (metà dei fogli) che rastrellano in misura pari a circa il 20 per cento dell'investimento pubblicitario. Ma cosa offrono? Quelle 24 pagine, ognuna con 10-15 notizie, stringate al massimo, senza interviste, neutrali il più possibile, rappresentano oggi la fonte di informazione più diffusa in Europa dopo la televisione, uno sguardo sul mondo in meno di venti minuti, il tempo di una corsa in metropolitana. "Occupano un tempo morto, e fanno leggere tanti che altrimenti non lo farebbero", proclamano i loro sostenitori. Ma gli editori dei quotidiani a pagamento, che hanno visto calare le vendite di oltre il 5 per cento nelle città dove sono stati lanciati i giornali gratuiti, lanciano accuse di concorrenza sleale. Tuttavia gli interrogativi maggiori riguardano la qualità della informazione: l'esigenza di contrazione dei costi (con una redazione di dieci giornalisti contro i 250 di una redazione tradizionale) impone la dipendenza totale ed incondizionata dai dispacci delle agenzie per l'approvvigionamento delle notizie; su queste ultime è assente ogni verifica, l'informazione "lampo" risulta "grezza", senza alcun tipo di prospettiva, non permette al lettore di esercitare il proprio spirito critico, modifica le abitudini e le caratteristiche di lettura. "I giornali gratuiti hanno l'apparenza dei quotidiani di informazione, l'odore e l'aspetto della carta stampata: ma la somiglianza si ferma lì", affermano i reporter.

**OCCHIO AL SITO** Giordani: "La libertà sta nel fare il bene" " La crisi del nostro tempo si deve a tanti motivi, che si riassumono in uno: penuria d'amore". Si apre con queste parole il sito dedicato a Giordani ([www.flars.net/iginogiordani/](http://www.flars.net/iginogiordani/)), uomo politico, giornalista, scrittore, agiografo, ma soprattutto cristiano di cui è avviata la causa di beatificazione. Sul web è possibile conoscere più da vicino questo straordinario personaggio, molto noto ai lettori di Città nuova, di cui a lungo è stato direttore, che ha contribuito ad allargare a tutta la realtà sociale l'esperienza spirituale di Chiara Lubich: il suo profilo, la biografia, la ponderosa bibliografia, un archivio ricchissimo di letteratura, articoli e tesi di laurea scritte su di lui e sulla sua opera. Il sito non esaurisce la conoscenza di un personaggio così ricco e poliedrico, ma indubbiamente invoglia a farlo.

**SPORT** Quei microfoni spenti Il calcio, ma sarebbe meglio dire l'inciviltà dei suoi tifosi, non manca di far parlare di sé per i nuovi e ripetuti episodi di violenza. Bruno Pizzul, indimenticata voce della nostra nazionale era convinto che il suo compito fosse certamente quello di dare un giudizio anche pesantemente negativo su questi episodi, ma riteneva preferibile cercare di metterne in luce la stupidità. "Il calcio - spiegava in una intervista alla nostra rivista - è una cassa di risonanza incredibile: tifosi che tu definisci delinquenti, razzisti, maleducati, vedendo le loro gesta in tv, vengono quasi invogliati a ripeterle, per il desiderio di visibilità che c'è nel mondo attuale". Le nostre reti televisive hanno dimostrato di non essere dello stesso avviso in occasione degli incidenti avvenuti ad Avellino, mostrando e rimostrando le immagini di tanta violenza. La scelta, dettata dalla logica dell'audience, è apparsa sconsiderata a molti. Una buona lezione viene dall'Inghilterra: nel turno di campionato successivo allo stupro di gruppo perpetrato su una minorenni da alcuni calciatori, la Bbc ha spento i microfoni a bordo campo per evitare che arrivassero ai telespettatori gli slogan sui calciatori implicati nella vicenda. Una censura da elogiare.

**IN LIBRERIA** La nuova Babele elettronica Bino Olivi e Bruno Somalvico sono gli autori di questo volume (il Mulino, pp. 337, euro 23,00) che indaga sul mezzo televisivo nell'epoca della globalizzazione delle comunicazioni, in un contesto che gli autori definiscono "società dell'informazione". Per capire come si ridisegna la composita realtà mediale in cui irrompono continuamente novità tecnologiche di

