L'INCONTRO NAZIONALE

A Cesena si sono riunite le 189 testate periodiche italiane di ispirazione cristiana; ci si ingegna per superare le difficoltà legate alle pesanti riduzioni dei contributi governativi all'editoria

Media diocesani, così la creatività sfida i tagli

Al convegno Fisc al vaglio le strategie di «sopravvivenza» dei settimanali

DAL NOSTRO INVIATO A CESENA **LUCIA BELLASPIGA**

Parla romagnolo e risponde in siciliano, domanda in sardo e racconta in ligure: è l'Italia che si è ritrovata a Cesena per il convegno della Fisc, federazione che riunisce 189 settimanali diocesani. L'Italia vera e sanguigna, quella che non mette in scena irreali «second life» di certa tivù o di certa stampa fuori dal mondo, ma entra ogni giorno nella vita, quella delle famiglie normali, della gente che lavora, dei giovani.

Diverse inflessioni ma un'unica voce, preoccupata: «I tagli proposti dal governo per l'editoria sono uguali per tutti, per chi riceve contributi giganteschi come per chi ha gli spiccioli – denuncia Francesco Zanotti, presidente della Fisc e direttore del *Corriere Cesenate* –. Un'ingiustizia palese, se si pensa che tra i media ci sono situazioni lontane tra loro. Ad esempio, in una cittadina romagnola il settimanale cattolico riceve un decimo di quanto va al settimanale aperto da una cooperativa di giornalisti. Non chiediamo che sia taglieggiata la seconda, ma che non si tolgano le briciole a chi di briciole campa». La crisi ha già abbattuto la scure sul numero di abbonamenti e l'aumento delle tariffe postali (alla fine sventato da una battaglia di *Avvenire*) l'anno scorso ha rischiato di dare il colpo mortale: «Piuttosto che lincenziare i giornalisti – spiegavano ieri i direttori – abbiamo preferito tagliare il numero di pagine, ma ciò significa mettere il bavaglio alla vera informazione».

Ci si ingegna, dunque, per sopravvivere al "delitto mediatico". «Qualche anno fa abbiamo creato un'unica fondazione che riunisce il settimanale, la radio, la tivù, il web e le quaranta sale cinematografiche», spiega don Adriano Bianchi, direttore di *La Voce del Popolo* di Brescia. Far parte di un unico soggetto giuridico significa dividere gli oneri, il numero di giornalisti e in fondo anche le ristrettezze: «Come in una famiglia, se i tagli colpiscono una parte, l'altra sopperisce». La solidarietà reciproca è una chiave importante. Certo però che, «dopo i tagli subiti alla radio e alla tivù, che quest'anno non avranno più i contributi, se venisse colpito anche il settimanale, che fine farebbero i nostri 15 dipendenti?».

Altra idea vincente è la creazione di un'agenzia pubblicitaria interna e l'apertura di cinque mensili cartacei gratuiti, che "invadono" le vallate del Bresciano: una realtà appetibile persino per una casa automobilistica di lusso, che ha comprato gli spazi pubblicitari e consentito così di non spegnere una voce ricca di valori e contenuti. Certo è che, senza i contributi, nessuno potrebbe più investire nell'innovazione tecnologica, ovvero nella competizione: dove trovare anche solo i 70mila euro per un proiettore digitale, considerato che a breve le pellicole non esisteranno più? Simili dinamiche anche per *Toscana Oggi*, distribuito in 20mila copie: «La nostra particolarità è che siamo il settimanale "delle" diocesi toscane – racconta Andrea Fagioli –. Usciamo con 16 edizioni diverse, un'operazione complessa ma che ci agevola nel personale e sui costi: se il deficit causato dai tagli si distribuirà tra le 16 realtà, l'aggravio sarà meno doloroso».

Paradossalmente il problema è sentito meno proprio da chi già non aveva il bene di percepire i contributi statali, perché nel 1990, quando la legge li istituì, non aveva ancora i requisiti. «Fin dall'inizio quindi ci siamo organizzati diversamente – sorride don Carmelo Petrone, direttore di *L'Amico del Popolo* di Agrigento –. I nostri punti di forza sono i 1.300 abbonamenti, la piccola pubblicità ma soprattutto la rete di collaboratori a titolo gratuito». È un'alta lezione quella siciliana, «la carta vincente di un volontariato che non significa approssimazione ma impegno, e che è sintomo di un aspetto identitario tipico del cattolico». Un piccolo grande miracolo umano, che dura da 57 anni.

IL PROGRAMMA

OGGI LA CONCLUSIONE DELLA «TRE GIORNI» ORGANIZZATA PER 100 ANNI DEL «CORRIERE CESENATE»

Si conclude oggi la tre giorni di convegno nazionale della Federazione italiana Settimanali cattolici, organizzato a Cesena in occasione dei 100 anni di vita del «Corriere Cesenate», dal titolo «Territorio e Internet, due luoghi da abitare». La mattinata si apre con la Messa celebrata in cattedrale da Douglas Regattieri, vescovo di Cesena-Sarsina. Seguirà alle ore 10, nel Palazzo del Ridotto, la tavola rotonda dedicata al tema «La piazza della città e la piazza on line: uno smarrirsi o un ritrovarsi?», cui interverranno il direttore di «Avvenire», Marco Tarquinio, e la direttrice di San Marino Rtv, Carmen Lasorella, con il coordinamento di Paolo Bustaffa, direttore dell'agenzia Sir. Previsto anche il saluto di Carlo Giovanardi, sottosegretario alla presidenza del Consiglio dei ministri. Chiuderà il vescovo Mariano Crociata, segretario generale della Cei, mentre a tirare le fila di tre giorni di lavori sarà Francesco Zanotti, presidente della Fisc e direttore del «Corriere Cesenate». (**L.B.**)

La tavola rotonda ieri a Casena

«In Rete una Chiesa attrezzata»

DAL NOSTRO INVIATO A CESENA

Il vescovo Giuliodori: «Web e territorio non sono luoghi contrapposti». Le nuove tecnologie? Non vanno né demonizzate né idolatrate: sono un mezzo da ottimizzare

Parte dal centro storico di Cesena la metafora di Claudio Giuliodori, presidente della Commissione Cei per la Cultura e le comunicazioni, e cita le sue piazze, antiche eppure dotate di "banda larga", ovvero modernissime. «Davvero Internet e territorio sono due luoghi?», si chiede il vescovo, parafrasando il titolo del convegno. «La Rete si inserisce in un territorio classico con il suo contributo di accelerazione, connette e dilaga», ma non ci sono due luoghi contrapposti, visto che il web non fa che dilatare relazioni già esistenti.

«Allora il territorio è uno solo – conclude – ed è la comunità degli uomini che lo abitano». Né demonizzare né idolatrare le nuove tecnologie, quindi, che restano un mezzo e come tale vanno ottimizzate. «La Chiesa in questi anni si è attrezzata al meglio», ha testimoniato Giuliodori, e bastava considerare la platea di direttori e giornalisti delle testate cattoliche di tutta Italia per rendersi conto di quanto siano «capaci di intercettare i mutamenti». Come affrontare allora questo nuovo contesto, modificato da Internet ma per il resto uguale a se stesso, perché al centro c'è ancora l'uomo? «Occorre aprire al nuovo conservando ciò che di prezioso c'è nel vecchio. La Chiesa non può non inculturarsi in queste nuove realtà, perché le è connaturale, ma senza incorrere nella dispersione del Vangelo che già nasce dentro una sua cultura».

Chiaro l'appello di Domenico Delle Foglie, presidente del Copercom, che parlando di "Internet e famiglia" ha individuato la sfida più vera: «La famiglia è il prodotto dei legami forti, assume la forza del vincolo permanente. Invece Internet è sublimato dai legami deboli: nella Rete, su Facebook, ogni identità è fluida, ci si modifica di continuo, si è ciò che si racconta di sé, ognuno diventa ciò che le sue dita fanno trapelare e il clic sostituisce il faccia a faccia. La scommessa è implementare in Internet i legami forti».

«Tra reale e virtuale, che sono due aspetti dell'esperienza, la diversità è solo strumentale», ha fatto notare Michele Sorice, docente di Scienze politiche alla Luiss. Mentre a Chiara Giaccardi, docente alla Cattolica di Milano, è toccato il delicato tasto del rapporto tra giovani e web, tecnica e libertà: «Come riconosce nella *Caritas in veritate* Benedetto XVI, la necessità è di una nuova sintesi umanistica. In un'era di false alternative - materia o spirito, libertà o fede, reale o virtuale - la sfida è trovare nuove vie di ricomposizione dell'unità dell'umano».

Lucia Bellaspiga

Copyright © Avvenire