

editoriale

di cesare bonasegale N° 4 - Settembre 2007

Confronto fra periodici in edicola, periodici gratuiti e periodici informatici. Loro funzionalità come mezzo per costruire opinione. L'atteggiamento dei dirigenti cinofili.

Chi ha avuto a che fare coi media pubblicitari ben sa che il potere comunicazionale di un giornale – come presupposto della sua capacità di persuasione – è in funzione della tiratura (cioè quante copie vengono diffuse), dell'indice di lettura (cioè quanti sono i lettori per copia) e dell'atteggiamento di chi legge nei confronti del medium.

Questi valori variano notevolmente da una testata all'altra ed a seconda che il periodico sia venduto oppure distribuito gratuitamente.

Solitamente i periodici venduti in edicola hanno più di un lettore per copia.

Per contro quelli spediti gratuitamente possono a volte avere indici di lettura molto bassi; per questo tipo di testate, ci sono casi in cui il numero dei lettori è meno della metà delle copie distribuite. Il periodico in abbonamento gratuito viene cioè ricevuto passivamente, a volte viene tutt'al più sfogliato e poi dimenticato in attesa di divenire carta straccia.

Ciò è dovuto a diversi motivi.

Il periodico gratuito non è sottoposto allo stimolo di produrre "qualità", in assenza della quale le vendite in edicola crollerebbero con disastrose conseguenze economiche; d'altra parte la "qualità" costa e va ad aggravare il già pesante onere di stampa e spedizione del periodico gratuito, senza per altro determinare un aumento della tiratura – e quindi degli introiti – che dipendono da altri fattori.

Nella maggioranza dei casi questi periodici sono organi-stampa di associazioni senza fine di lucro i cui dirigenti non hanno la necessaria professionalità come editori e sono impegnati in tutt'altro fuorché nel giornale, col risultato finale di produrre solo costi (senza far nomi, i cinofili hanno sotto gli occhi un eloquente esempio di questo stato di cose).

L'altro motivo che penalizza il periodico distribuito gratuitamente è che il suo possesso non scaturisce da una specifica volontà di acquisto, determinata dal desiderio di leggere i suoi contenuti, bensì è subito come conseguenza di altre circostanze.

È vero che "a caval donato non si guarda in bocca", ma è anche vero che a giornale donato si

dedica scarso interesse.

Ed è per questo che i giornali gratuiti "non fanno opinione".

Poi ci sono i giornali informatici che, pur non essendo oggetto di acquisto, sono assimilabili ai periodici venduti in edicola, perché – anche se non richiedono un esborso monetario – sono ottenibili solo a seguito del coinvolgimento attivo del lettore che di sua iniziativa scarica da Internet il sito del giornale e quindi lo stampa. E per far ciò l'impegno è senz'altro pari o superiore a quello determinato da qualche Euro speso in edicola.

Ed infatti il giornale informatico più d'ogni altro crea opinione.

Elemento fortemente condizionante del giornale informatico è l'età dei suoi lettori, soprattutto perché la sua fruizione implica una familiarità con i computer che difficilmente ha chi è avanti con gli anni.

In cinofilia una consistente parte delle cariche è ricoperta da persone affette dal male incurabile della vecchiaia, che si barricano dietro la loro estraneità nei confronti dell'informatica per ignorare il fenomeno evolutivo in atto, che li rende obsoleti.

E lo dice uno che ha 73 anni, a dimostrazione che non è mai troppo tardi per esser giovani.

Tutti quelli che contano in cinofilia sanno dell'esistenza di questo portale, sanno che è letto con interesse da una notevole quantità di appassionati, ma fanno lo struzzo per ignorare ciò che viene qui scritto, per non aprire gli occhi sulla realtà che li circonda.

Per contro chi vuole una cinofilia diversa, può solo insistere nel trasmettere messaggi che mirano a costruire una più profonda coscienza dei diritti nostri e dei doveri di chi ci governa.

I cani sono presenti in più di un terzo delle famiglie italiane con coinvolgimenti sociali ed emozionali che anche sul piano quantitativo non possono e non devono essere trascurati.

Per un giornale cinofilo d'opinione tener vivi questi temi è fondamentale.

E tutto questo – anche in cinofilia – ha un nome: si chiama politica, nel senso greco di "politiké".