

**mass media**

Un mercato «underground» con 350mila copie di tiratura ogni mese in quindici lingue

# Dall'arabo al cinese le gazzette degli «altri»

DI LAURA BADARACCHI

**A**frofootball, mensile sul calcio, tira 28mila copie vendute nei principali punti d'incontro delle comunità francofone e anglofone. Ma sono i giornali in lingua araba stampati in Italia - con una decina di testate periodiche, per un totale di circa 100mila copie al mese - a detenere il primato della stampa "etnica" edita in 15 lingue diverse dagli stranieri residenti nel nostro Paese e destinata ai loro rispettivi bacini linguistici. Un fenomeno ancora poco noto ma in crescita, secondo i dati che emergono dalla ricerca «I giornali degli stranieri in Italia», curata da Barbara Fiorentini, bibliotecaria dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza.

Nella classifica delle riviste etniche i Paesi arabi sono seguiti da quelli africani, con 7 testate per 78mila copie mensili: si va da *Africaneus*, nato otto anni fa per informare soprattutto le comunità originarie dell'area subsahariana, a *Echo News*, che si occupa soprattutto di cronaca ed è rivolto agli africani anglofoni, «venduto a 2,20 euro nei principali centri d'incontro della comunità nigeriana in Italia ma anche nelle maggiori città della Nigeria», riferisce Fiorentini nell'indagine. Oltre al mensile sul calcio, da segnalare *Africa Trumpet international*, che affronta temi socio-politici in inglese, francese e italiano. Si posizionano al terzo posto le 6 riviste dell'Est europeo, metà romene (tra cui la *Gazeta romanesca*, che ha già compiuto 9 anni) e metà albanesi (*Shqiptarët në Itali* è il più diffuso), con una tiratura complessiva



di 57mila copie, seguite a breve distanza da altrettanti periodici di approfondimento latino-americani (53mila copie); non manca il mensile dei rom *Thém Romanò*, nato vent'anni fa. I colossi del subcontinente indiano (con 34mila copie) e della Repubblica popolare cinese (23mila) scivolano al quinto e sesto posto. Sommando tutte le tirature, si arriva a 350mila copie al mese, senza contare che molti periodici hanno anche il loro sito internet dal quale scaricare gratuitamente i numeri in modo veloce e a basso costo. Un mercato ampio se si pensa ai potenziali lettori: all'inizio di quest'anno l'Istat stimava 4 milioni e 279mila residenti stranieri nel nostro Paese, pari al 7,1% della popolazione ma con

un'età media inferiore perché prevalentemente giovani e adulti lavoratori, famiglie e minori. E la distribuzione? La mappatura dei luoghi viene continuamente aggiornata, così da intercettare più membri di una specifica comunità etnica in una determinata città. Nel dettaglio, il 70% dei giornali è *free-press*, gratuita e veicolata tramite i circuiti della rete Money Transfer, mentre il 30% è commercializzato in edicole che registrano un alto tasso di clienti stranieri. «Si tratta di un panorama ancora un po' confuso: in generale si denota una difficoltà di fondo nelle testate ad emergere nel settore dell'informazione italiana», evidenzia la

studiosa. Le cause? Anzitutto economiche: non è facile, maggiormente in tempo di crisi, trovare i fondi necessari per raccogliere pubblicità, fare marketing e promozione: se ne occupa in molti casi la Etnocommunication,

**Il 70% dei giornali è gratuito, distribuito nei Money Transfer, il 30% arriva già in edicola**

società che gestisce la maggioranza delle testate. E poi forse i media nostrani «non dedicano spazio a questi mezzi di comunicazione particolari ma tanto importanti» perché fanno da ponte con le terre di origine e contengono spesso articoli in italiano,

favorendo così l'apprendimento della lingua, osserva Fiorentini. Sottolineando pure che le pubblicazioni gestite dagli immigrati per i connazionali non vengono importate, ma interamente prodotte in Italia e utili «anche agli italiani, per lo più operatori del settore o studiosi di tematiche multietniche, desiderosi di conoscere il vissuto delle comunità immigrate».

Per quanto riguarda i contenuti, si spazia dagli eventi politici e culturali dei Paesi di origine ai fatti di cronaca che riguardano gli immigrati in Italia. Non mancano informazioni di servizio su come integrarsi: suggerimenti utili nell'ambito della regolarizzazione, del

lavoro e della salute, dell'istruzione e della casa. Quindi, oltre a favorire l'integrazione attraverso notizie e indicazioni pratiche, queste riviste multiculturali promuovono al tempo stesso «una rete di collegamenti con altri conterranei ugualmente immigrati», tra i quali si avverte l'esigenza di «conservare o recuperare, nel caso delle nuove generazioni, la propria identità culturale e l'attaccamento alla terra d'origine». In questo caso i giornali, stampati o su web, possono contribuire a rinsaldare le radici di chi li legge e invitarli ad aprirsi a un'appartenenza multipla: sulle loro pagine il cosiddetto "meticcio culturale" è una realtà, scritta nero su bianco.