

CIRCOLO CULTURALE CARLO PERINI



Istituto d'Interesse Regionale

Presso Centro Sociale  
Via Val Trompia, 45/A  
20157 Milano



Fondazione Serughetti Centro Studi e Documentazione La Porta

Viale Papa Giovanni XXIII, 30  
24100 Bergamo

## **L'INFORMAZIONE SOCIALE ■ NELLA PROVINCIA DI BERGAMO**

---

ricerca a cura di  
Roberto Cremaschi

Bergamo, dicembre 1994

## PRESENTAZIONE

*Antonio Iosa  
presidente del Circolo Culturale Carlo Perini*

Tra le attività condotte dal Circolo Perini occupano una posizione di primo piano la produzione editoriale, i contributi di studio e di ricerca volti a valorizzare le capacità e le potenzialità di numerosi animatori culturali, operatori sociali, giovani studiosi, operatori dell'informazione, che altrimenti sarebbero rimasti confinati nell'anonimato e nell'emarginazione, senza volto nè voce. Infatti i dirigenti del Circolo credono fermamente nel ruolo che compete, in una società autenticamente democratica, all'opera di singoli cittadini, di gruppi spontanei, di aggregazioni sorte per spinte ideali, di gente comune impegnata nel sociale.

E' questo un convincimento ormai radicato nella storia del Perini e costituisce parte integrante del suo patrimonio di idee e di cultura. Il Circolo ha compiuto, fin dal suo sorgere, una scelta di campo a favore delle spinte innovatrici e della partecipazione provenienti dal "basso", privilegiando l'iniziativa intelligente e valorosa di tante persone ricche di fantasia e volontà ma sconosciute, in luogo di passerelle dedicate ai nomi altisonanti, alle firme prestigiose, ai cattedratici di grido.

Ciò, però, non ha significato ripulsa della cultura ufficiale, della cultura con la C maiuscola, della cosiddetta cultura elitaria. Al contrario, secondo il progetto del Circolo, quest'ultima forma di cultura deve essere al servizio della prima, confrontarsi, dialogare con essa senza pregiudizi, su un piano di pari dignità. Sicchè le manifestazioni, le conferenze, i dibattiti sono sempre stati animati da uno spirito dialettico, con incontri-scontri tra gli oratori (certamente non chiamati a tenere una "lezione") ed un pubblico che poneva domande a ripetizione per ricercare la verità e non per ascoltare semplicemente delle opinioni.

Afferma con estrema efficiacia lo scrittore Carlo Castellaneta nella prefazione all'ultimo quaderno 'Il Circolo Perini tra mito e realtà': "Crediamo di non peccare dicendo che il Circolo in 32 anni di attività ha saputo non solo interpretare i bisogni della gente del quartiere, ma ha fatto molto di più: invece di parlare della gente, ha parlato alla gente. E qui va sottolineato una sorta di doppio ruolo che il Perini ha avuto: da un lato portare la cultura nel quartiere e dall'altro portare al centro la cultura del quartiere, valorizzando idee, persone, organizzazioni che altrimenti non avrebbero avuto voce. Da questo punto di vista ha svolto una funzione di amplificazione di progetti e di qualificazione di quelle che altrimenti sarebbero state delle subculture urbane, delle culture di serie B".

Diamo ora la parola alle nude cifre: tra quaderni e altre pubblicazioni si è giunti a quota 36; una decina di lavori sono frutto di vere e proprie ricerche

empiriche, che si sono avvalse di contributi di gruppo, di testimonianze orali con il ricorso in alcuni casi alla sperimentazione diretta, sul campo.

In questo settore sono stati impegnati, in oltre 32 anni, decine e decine di bravi collaboratori. Si tenga conto, poi, che le indagini svolte non sono fini a se stesse, in quanto non perseguono obiettivi puramente scientifici o accademici; esse puntano, invece, ad ottenere risultati finalizzati, conclusioni concrete che costituiscono un elemento di stimolo e di sollecitazione nei confronti delle istituzioni, degli enti, delle stesse rappresentanze della società civile.

Quanto siamo venuti dicendo consente di collocare in un quadro di riferimento ben preciso e definito il significato e gli scopi da attribuire a quest'ultimo impegno che il Circolo si è assunto, promuovendo la ricerca sul ruolo della stampa di quartiere o di zona nella città di Milano ed il ruolo dell'informazione sociale nella provincia di Bergamo. Siamo di fronte a due indagini campione di grande valenza socio-culturale.

A questo punto si impone un quesito: perchè tale ricerca non coinvolge, come avviene solitamente negli studi del Perini, soltanto Milano? In realtà si è convenuto che fosse importante porre a confronto situazioni simili, ad alta densità di urbanizzazione, tenendo conto che l'altra realtà, Bergamo, è la terza città della Lombardia per popolazione, che ha una tradizione giornalistica importante (qualche anno fa ha avuto addirittura per un breve periodo tre giornali quotidiani), che vanta un rapporto quotidiani venduti/abitanti tra i più elevati d'Italia e che conta ben 250 comuni.

Inoltre, la provincia di Bergamo segnala una presenza capillare sul territorio di oltre 500 testate, di cui poco si conosce.

A promuovere tale iniziativa siamo stati indotti da diversi motivi. Anzitutto la tradizione del nostro impegno culturale che, nell'ambito della città di Milano, è sempre stato teso a conoscere e valorizzare la realtà dei quartieri e la cultura del decentramento, non solo amministrativo. Si aggiunga l'esigenza, che potrebbe sembrare a prima vista riduttiva, di conoscere la consistenza e la diffusione dei giornali minori rispettivamente in una metropoli, in una città di medie dimensioni ed in città e centri di ampiezza demografica inferiore.

Ma parlare di diffusione non vuol dire compilare una statistica; ci proponiamo anche di vedere oltre il dato puro, di studiare tutta una serie di aspetti squisitamente qualitativi che definiscono il ruolo della stampa locale nell'ambito del territorio di appartenenza.

Un'altra ragione, ancora più pressante, riguarda l'affermarsi tra la gente di un sentimento di rifiuto a subire passivamente il progressivo degrado degli ambienti urbani, con speciale riferimento alle periferie, processo che peraltro non riguarda solo le grandi città, ma anche, sia pure in misura più contenuta, i comuni meno grandi. Accanto al rifiuto si afferma tra la gente una volontà positiva di fare; molti cittadini sono disposti ad assumere funzioni di responsabilità e di partecipazione diretta ai processi che determinano, ad esempio, il livello della qualità della vita. Partecipazione ed iniziative si esprimono, tra l'altro, in

attività redazionali o di collaborazione nel campo dell'informazione e delle radiotelecomunicazioni.

La forza di queste forme di intervento dal basso, volte ad assicurare risultati soddisfacenti nell'affrontare varie problematiche locali, è valutata a Milano in circa 200 organizzazioni, tra comitati di quartiere ed associazioni di base che gravitano attorno ai gruppi redazionali. In questa cornice ambientale e sulla scorta delle esperienze acquisite in tanti anni di attività svolte sia nel quartiere di nascita, Vialba Quarto Oggiaro, sia in stretto contatto con gli altri comitati soprattutto quelli periferici, il Circolo Perini intende da un lato proseguire nell'impegno a suo tempo assunto di analizzare e valorizzare le singole esperienze culturali originarie e dall'altro assegnare una posizione centrale al ruolo che vi assumono le realizzazioni compiute nell'ambito dell'informazione e della comunicazione. E ciò perchè il Perini parte dal profondo convincimento che l'informazione/comunicazione può rappresentare, se adeguatamente gestita, una forma positiva di partecipazione della gente, rispetto ai problemi concreti della vita quotidiana, da conseguire nel proprio ambiente di lavoro e di residenza. In verità, ad occuparsi degli avvenimenti locali o a dibattere questioni che riguardano l'ordinato sviluppo dei quartieri non sono soltanto i fogli zonali. Spesse volte pure i quotidiani a grande tiratura, diffusi su tutto il territorio nazionale, le radio e le tv private minori, a raggio comprensoriale e regionale, dedicano spazio nelle loro cronache a singoli episodi e a fatti di valenza eminentemente localistica. Tuttavia, il taglio di queste cronache e dei commenti relativi è assai differente: prevalgono essenzialità e brevità espositiva. Senza parlare dei casi in cui determinati fatti non assumono nemmeno il rango di notizie e quando lo assumono vengono trattati ad effetto, più per denigrare che per esaltare un'intera comunità zonale o di quartiere.

D'altra parte, il giornale locale tende a rappresentare più direttamente ed efficacemente i bisogni delle popolazioni interessate e si pone in una logica di servizio anzichè di perseguimento di interessi commerciali, collegati alle vendite dei giornali.

La miglior qualificazione del giornale di quartiere sembra essere quella che lo definisce: 'la voce di chi non ha voce'. In queste poche parole sta tutta la forza e la ragion d'essere di tali strumenti. Lo stesso linguaggio, semplice e schietto, rende comprensibili tanti problemi concreti che toccano da vicino la quotidianità di vita dei cittadini residenti.

Si è accennato prima che la ricerca sull'informazione ha monitorato due realtà prevalentemente urbane, con caratteri simili, che si distinguono per dimensioni demografiche.

Mentre per Milano è stato il Circolo Perini a farsi carico dell'indagine, per il territorio bergamasco il compito è stato assunto dalla Fondazione Serughetti-La Porta. Perchè un circolo milanese come il Perini si occupa di Bergamo? La risposta è semplice. I due istituti rappresentano uno spaccato della società civile lombarda ove emerge un' indiscutibile vivacità culturale. Tra i due centri, ben radicati sul territorio lombardo, si è infatti instaurato uno stretto legame di collaborazione,

in modo da favorire lo scambio di idee, la rispettiva conoscenza degli approcci ideologici, l'interpretazione di prima mano dei risultati raggiunti in corso d'opera. Comune è l'interesse o la curiosità d'indagare e di capire questa vivacità culturale presente nella bergamasca e la ricchezza di associazioni, organizzazioni di volontariato, gruppi autonomi.

Il coinvolgimento di un'istituzione importante di Bergamo, qual è la Fondazione Serughetti-La Porta, costituisce un segnale forte ed inequivocabile che le indagini debbono essere condotte da istituzioni operanti nello stesso ambiente di riferimento, come sostiene da sempre il Circolo Culturale Carlo Perini, che si propone di valorizzare, in questo modo, il localismo in tutti i suoi aspetti importanti e positivi per riscoprire la cultura originaria. Questa ricerca non spiega - nè poteva farlo - tutto della Provincia di Bergamo, ma dà soltanto uno strumento in più a chi, appassionato della sua terra, vuole conoscerla e contribuire a trasformarla per migliorarla.

E' quindi con particolare piacere che presento la ricerca sull'informazione sociale nella provincia di Bergamo, in contemporanea con la ricerca sull'informazione minore nelle zone e nei quartieri di Milano.

## ■ PREMESSA

---

Non esiste un elenco completo e attendibile dei periodici esistenti in provincia di Bergamo. Anche il Registro della Stampa del Tribunale, dove vengono registrate le testate ai sensi della legislazione vigente, non è del tutto attendibile in quanto chi si sottopone alle norme necessarie per registrare una testata ben difficilmente adempie all'obbligo (in carta da bollo) di comunicare le variazioni (testata, indirizzo, tipografia, direttore responsabile...) e ancora più difficilmente fa sapere che quel giornale, dopo un mese, un anno o dieci anni, ha cessato di esistere. E la mortalità dei periodici è elevatissima. Il Registro del Tribunale presenta inoltre le informazioni in maniera disomogenea: si reperisce l'indirizzo dello stampatore e a volta del direttore responsabile, ma non è prevista l'annotazione dell'indirizzo del giornale stesso.

Più aggiornato, in quanto periodicamente verificato, l'elenco utilizzato dall'ISTAT: ma anche questo presenta diverse lacune.

Va inoltre aggiunto che esistono fogli, piccoli periodici, newsletters che per scelta, per ignoranza delle leggi, per pigrizia o per motivi economici (tra iscrizione al Registro in Tribunale e certificati del proprietario e del direttore responsabile si supera il milione di lire) hanno scelto di trascurare il passaggio per il Tribunale e risultano quindi inesistenti in termini legali.

La nostra stima è che siano attualmente esistenti in provincia circa 550 testate, a partire dal quotidiano ultracentenario 'L'eco di Bergamo' per arrivare all'ultima fanzine. Di 515 di queste siamo in possesso dell'indirizzo, della cui esattezza e aggiornamento non eravamo comunque certi. Il problema nell'avviare questa ricerca era quindi la selezione all'interno di questo universo delle testate pertinenti, per non mettere in moto una macchina quasi gigantesca e del tutto inutile. Per effettuare la selezione, era necessario definire con la maggior esattezza possibile i confini di quella che si usa definire 'stampa minore' (ma questo termine è ambiguo, in quanto 'L'eco di Bergamo' è stampa minore rispetto ai grandi quotidiani nazionali, ma monolite in provincia) o 'locale' (identica ambiguità) o meglio 'editoria di movimento' o 'informazione sociale' e ancora 'autogestita', 'alternativa'. Il problema, come si può intuire, non è facile anche perchè queste testate per loro stessa natura si collocano spesso a cavallo delle categorie tradizionalmente adottate per la classificazione dei periodici.

## **1 L'INFORMAZIONE SOCIALE: CHE COSA E'?**

Il presidente dell'Ordine nazionale dei Giornalisti, Gianni Faustini, propone questa sintetica definizione: sono periodici sociali quelli "che affrontano i temi della solidarietà, della vita quotidiana, dell'ambiente e della pace, con un mix di informazione e movimento". (in: Prefazione a 'La stampa periodica locale: problemi e prospettive', pag. 3, Quaderni di giornalismo, Indaco Trento 1993). Giornali che trovano la fonte delle loro notizie in parte nella stampa specializzata, "che serve da documentazione e stimolo per divulgare (e tradurre in politica) fatti complessi e interloquire con gli avversari sulle campagne del giorno", ma soprattutto dal proprio retroterra sociale: "è l'area di movimento, che si riconosce nel giornale, a produrre molte delle informazioni stampate. Più che nei corrispondenti, quest'editoria ha i suoi terminali periferici nei gruppi locali delle associazioni". (ibidem)

Renato Porro, docente di teoria e tecniche delle comunicazioni di massa all'Università di Trento, invita a pensare all'informazione sociale nel contesto in trasformazione dell'editoria e della stampa 'maggiore'. Basti pensare alla ridefinizione degli assetti istituzionali della Rai, all'approvazione della Legge Mammì ed alle quasi immediate proposte di revisione, fino alla recente raccolta di firme per l'abrogazione di alcuni suoi articoli, alla semplificazione del sistema televisivo (da 5.000 a circa 600 emittenti nel giro di pochi anni), alla concentrazione delle testate ed ai fenomeni dei 'giornali fotocopia' e dei 'giornali-panino', all'avvio di una discussione sulla necessità di un 'terzo polo' dell'informazione (quasi un pendant del 'terzo settore' che raccoglie le attività economiche del privato-sociale, delle cooperative, del volontariato, distinto dal settore pubblico e dal mercato).

Ci sono da aggiungere, naturalmente, mutamenti sul piano politico ed anche quelli sul piano elettorale, con il sistema tendenzialmente maggioritario e la conseguente sottolineatura, quando non esaltazione, della specificità locale.

Per Porro, in questo quadro, l'informazione minore non può più accontentarsi di rappresentare "un momento o una occasione di contrasto, di 'resistenza' a quanto Fedele Confalonieri (da sempre il vice di Silvio Berlusconi e suo successore alla guida della Fininvest dopo l'ingresso in politica, ndr) sosteneva alla fine degli anni '80: 'l'informazione Fininvest sarà omogenea al mondo che vede nei Craxi, nei Forlani e negli Andreotti l'accettazione della libertà'". Nè l'informazione minore può essere intesa limitativamente come forma o strumento di controllo palese e dichiarato delle scelte del 'palazzo'.

La stampa 'minore' può oggi guadagnare una nuova centralità nel dare cittadinanza e offrire una sede di manifestazione agli interessi collettivi che trovano una qualche difficoltà ad avere adeguata rappresentazione all'interno di un sistema politico-amministrativo e di una rete mediale sempre più sensibili alle istanze forti e organizzate. Se il grande giornale o la televisione sono in grado di accen-

dere riflettori su questo o quel caso, questo o quel personaggio, è lo strumento locale quello in grado di seguire, analizzare, verificare i processi ed i meccanismi che portano alla formazione di leadership locali, gli interessi che questi esprimono, i rapporti con soggetti nazionali. E qui basterebbe del buon giornalismo, purtroppo raro a livello locale (non solo bergamasco e non sempre per colpa dei singoli giornalisti). Proporsi come luogo e momento di rappresentazione di istanze socialmente presenti è il ruolo proprio di una stampa 'minore', realizzata da non professionisti che di mestiere (vita, lavoro, impegno sociale e politico....) vivono con passione nell'ambiente e nella storia.

Completiamo la rassegna con un'altra definizione, proposta da Michele Zacchi, animatore dell'associazione 'Le voci dell'Italietta' che raccoglie diverse di queste testate, che sono - è la sua proposta - "le voci di un paese che non ha voluto adeguarsi alle mode, una scheggia della società civile che in qualche modo cerca ostinatamente di far sentire una voce dissonante a quella che il potere ama sentire, un frammento di quei movimenti di trasformazione che hanno scosso l'intero pianeta negli anni '60 e '70". (2. convegno 'Le voci dell'Italietta', Trento, 13-14 giugno 1992).

## **2 LA RICERCA**

---

### **2.1 IL METODO**

Sulla base di queste definizioni, abbiamo selezionato la massa di indirizzi raccolta tramite gli scarsi e lacunosi elenchi esistenti, conoscenza personale, appelli ad associazioni e 'testimoni privilegiati' del settore. Sono stati esclusi - dove erano noti o risultava evidente dalla testata - i periodici espressione di chiese (ad esempio i numerosissimi bollettini parrocchiali), partiti, sindacati, associazioni professionali e di categoria. Sono state altresì considerate non pertinenti le pubblicazioni a carattere esclusivamente sportivo, tecnico, scientifico, giuridico, aziendale, nonché quelle commerciali e pubblicitarie. La selezione, sulla base delle 515 testate individuate, ha portato ad un indirizzario di partenza composto da 119 testate. Si tratta di una selezione coscientemente 'abbondante' in quanto, per evitare il rischio di errori, si è preferito muoversi con una certa larghezza, operando poi una successiva ulteriore selezione esaminando le risposte. E' possibile comunque che alcune testate pertinenti la ricerca siano rimaste escluse in quanto non comprese negli indirizzari raccolti e non raggiunte da successivi e vari tentativi di 'aggancio' (avviso pubblicato sul notiziario di settembre della Fondazione Serughetti-La porta e comunicato stampa pubblicato dai quotidiani locali il 17 settembre). Il risultato finale è di 34 testate ritenute pertinenti alla ricerca e cioè riferibili a quella definizione di informazione sociale cui vengono ricondotte in Italia circa 3.000 testate (Faustini, cit.).

La ricerca ha operato sui questionari restituiti da queste testate.

### **2.2 I DATI**

Questi i dati numerici della ricerca effettuata:

Universo periodici esistente (stima):	550
Nominativi disponibili:	515
Periodici selezionati per ricerca:	119

SU 119 PERIODICI CUI E' STATO INVIATO IL QUESTIONARIO:

* Sono risultati irreperibili:	8 (6,7%)
* Sono risultati cessati o sospesi:	9 (7,6%)
* Hanno restituito il questionario compilato:	45 (37,8%)
* Non hanno risposto:	57 (47,9%)
TOTALE:	119 (100,0%)

Tra le risposte non pervenute, si valuta che una parte sia causata dalla cessazione o sospensione della testata, ed un'altra parte ad autoselezione rispetto all'indagine. Qualcuno, a nostro giudizio pertinente la ricerca, ha ritenuto di non rispondere, nonostante diversi solleciti diretti.

#### TRA I 45 QUESTIONARI RESTITUITI:

* Sono risultati non pertinenti la ricerca:	11 (24,5%)
* Sono risultati pertinenti:	34 (75,5%)
TOTALE:	45 (100,0%)

### 2.3 LA TIPOLOGIA

Adattando una suddivisione proposta da 'Le voci dell'Italietta', i periodici che hanno costituito l'oggetto della ricerca possono essere distribuiti in tre gruppi secondo la **tipologia**:

**1. stampa d'informazione generale su realtà locali** (valli, aree sovracomunali, comuni, quartieri): ARABERARA, FOGLI, GIORNALE DELLE VALLI, IL KUNEO, IL PROVINCIALE, L'INCONTRO - COSTA SERINA, PUNTI DI VISTA, RECALL, TERZO MILLENNIO PONTIROLESE, TRESORE INFORMAZIONE E DIBATTITO (10).

**2. periodici a tema** (ambiente, emarginazione, cultura...) quasi sempre espressione di associazioni e delle loro attività: ALPITUDE, BERGAMO CUORE, BONDEKO, COOPERANDO, FOGLI DI COLLEGAMENTO DEGLI OBIETTORI, IL BRUTTO ANATROCCOLO, IL JOLLY, INFORMA BERGAMO, LA BUSSOLA, LA GASPARINA, LA PORTA, LETTERE CIRCOLARI SULL'ARTE E SULLA CULTURA, L'INCONTRO, L'INTRECCIO, NOTIZIARIBI, NOTIZIARIO PROTEZIONE CIVILE, PRESENZA ACLISTA, PROGETTO, RETE DI SOLIDARIETA' LA ESPERANZA, RODODENDRO, SIAMO COSI', SI VIVE UNA SOLA PACE, SOLIDARIETA' (23).

**3. periodici redatti da gruppi giovanili:** PINDARO (1)

Per quanto concerne la **periodicità** effettiva, si tratta, al di là di quella dichiarata, di settimanali (1), mensili (11), bimestrali (4), trimestrali (13), quadrimestrali (3), semestrali (1). Un periodico non dichiara la cadenza d'uscita.

Per quanto riguarda la **tiratura**, si tratta per la maggioranza di bassissime tirature: 27 su 34 hanno tirature inferiori alle 2.500 copie/numero. Complessivamente, comunque, si tratta di una massa non indifferente di circa 400.000 copie annue, (escluso un settimanale che da solo dichiara 5.000 copie ad uscita, pari a circa 250.000 copie/anno) dei più vari formati, tecniche tipografiche, periodicità,

aree di diffusione. E' possibile classificare i periodici secondo questa scala di tiratura a numero:

- fino a 500 copie: 5
- da 500 a 1.500 copie: 8
- da 1.500 a 2.500 copie: 14
- da 2.500 a 3.500 copie: 0
- da 3.500 a 6.000 copie: 6
- alterna numeri di 3.000 copie con numeri di 10.000: 1

Tutti i periodici indagati hanno avuto **continuità di pubblicazione** dall'anno di nascita. Che è:

- per 1 periodico: 1950
- per 1 periodico: 1962
- per 9 periodici: tra il 1982 ed il 1985
- per 6 periodici: tra il 1986 ed il 1987
- per 17 periodici: tra il 1990 ed il 1994

**Metà dei periodici** (17 su 34) essendo espressione di associazioni provinciali, **ha sede nel comune di Bergamo**. Gli altri 17 hanno sede in diversi comuni della provincia.

## 2.4 IL QUESTIONARIO

### 1. DATI ANAGRAFICI

- TITOLO .....
- EVENTUALE SOTTOTITOLO .....
- COMUNE DI PUBBLICAZIONE .....
- INDIRIZZO .....
- TELEFONO .....
- FAX .....
- ANNO DI INIZIO DELLE PUBBLICAZIONI .....
- LA PUBBLICAZIONE E' CONTINUATA ININTERROTTAMENTE  
DALLA FONDAZIONE?    SÌ ☐    NO ☐
- SE NO, PERCHE' .....
- ORGANISMO PROMOTORE/EDITORE .....
- DIRETTORE RESPONSABILE .....
- PERIODICITA' DICHIARATA: .....
- PERIODICITA' EFFETTIVA: .....

### 2. CONTENUTI DELLA PUBBLICAZIONE

- CARATTERISTICHE GENERALI DEL PERIODICO (BREVE DESCRIZIONE):  
.....  
.....

- IL PERIODICO TRATTA I SEGUENTI ARGOMENTI:

- |                             |                          |            |                          |
|-----------------------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| POLITICA                    | <input type="checkbox"/> | ECONOMIA   | <input type="checkbox"/> |
| RELIGIONE                   | <input type="checkbox"/> | CULTURA    | <input type="checkbox"/> |
| SOCIETA'                    | <input type="checkbox"/> | ATTUALITA' | <input type="checkbox"/> |
| VOLONTARIATO                | <input type="checkbox"/> | AMBIENTE   | <input type="checkbox"/> |
| DISAGIO ED EMARGINAZIONE    | <input type="checkbox"/> |            |                          |
| SOLIDARIETA' INTERNAZIONALE | <input type="checkbox"/> |            |                          |
| AMMINISTRAZIONE LOCALE      | <input type="checkbox"/> |            |                          |
| ALTRO (INDICARE) .....      |                          |            |                          |
| .....                       |                          |            |                          |

### 3. FORMA

- FORMATO: CM ..... x CM .....
- NUMERO MEDIO DI PAGINE '94: .....
- TIPO DI STAMPA: FOTOCOPIA ☐ CICLOSTILE ☐  
OFFSET ☐ TIPOGRAFIA ☐
- ALTRO: .....
- IMPIEGA: 1 COLORE ☐ 2 COLORI ☐ 4 COLORI ☐
- UTILIZZA: FOTOGRAFIE ☐ DISEGNI ☐ VIGNETTE ☐
- TIRATURA: NUMERO MEDIO DI COPIE '94: .....

### 4. DIFFUSIONE E DISTRIBUZIONE:

IL PERIODICO E' DIFFUSO IN AMBITO:

COMUNALE ☐ PROVINCIALE ☐ REGIONALE ☐ NAZIONALE ☐  
ALTRO (INDICARE) .....

- E' DISTRIBUITO (INDICARE ANCHE PIU' DI UNA RISPOSTA):

PORTA A PORTA ☐ LUOGHI PUBBLICI (STRADE, LOCALI...) ☐  
EDICOLA ☐ LIBRERIA ☐ POSTA/FRANCOBOLLI ☐ ABB.POSTALE ☐  
ALTRO (INDICARE) .....

- E' RIVOLTO (INDICARE ANCHE PIU' DI UNA RISPOSTA):

A TUTTI GLI ABITANTI DI .....  
AI SOLI ABBONATI .....  
LIBERAMENTE A CHI NE FA RICHIESTA .....  
A CHI LO COMPRA .....  
AI SOCI DI .....  
ALTRO (INDICARE) .....

- E' MESSO IN VENDITA: SI ☐ NO ☐

SE SI, A QUALE PREZZO A NUMERO: LIRE .....

E' GRATIS: SI ☐ NO ☐

E' A OFFERTA LIBERA: SI ☐ NO ☐

- AVETE EFFETTUATO INDAGINI SUI VOSTRI LETTORI? SI ☐ NO ☐

SE SI, SIETE PREGATI DI ALLEGARE EVENTUALI RESOCONTI.

### 5. ORGANIZZAZIONE

- LA REDAZIONE HA UNA SEDE A DISPOSIZIONE SI ☐ NO ☐

SE NO, DA CHI E' OSPITATA: .....

SE SI, E' DI PROPRIETA' ☐ IN AFFITTO ☐ GRATUITA ☐

- DISPONE DI
 

N. .... LOCALI	N. .... TELEFONI
N. .... FAX	N. .... FOTOCOPIATRICI
N. .... COMPUTER	N. .... MACCHINE DA SCRIVERE
N. .... ALTRO: .....	
- QUANTI SONO I MEMBRI STABILI DELLA REDAZIONE: .....
- CI SONO PERSONE RETRIBUITE? SÌ ☐ NO ☐
- SE SÌ, QUANTI E PER QUALI MANSIONI? .....
- .....
- PERCENTUALE REDATTORI MASCHI:..... % FEMMINE..... %
- ETÀ MEDIA REDATTORI: .....
- PROFESSIONE REDATTORI: INSEGNANTI..... % STUDENTI.....%
- DIRIGENTI..... % OPERAI/E..... % IMPIEGATI/E..... %
- DISOCCUPATI/E..... % ALTRO:..... %
- CHI SCEGLIE I REDATTORI? AUTOCANDIDATURA ☐
- COOPTAZIONE ☐ L'EDITORE/PROMOTORE ☐
- ALTRO (INDICARE) .....
- CI SONO IN REDAZIONE GIORNALISTI PUBBLICISTI O PROFESSIONISTI
- SÌ ☐ NO ☐

## 6. COSTI

- INDICARE LA RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLE ENTRATE DEL 1993:
- INSERZIONI PUBBLICITARIE ..... %
- ABBONAMENTI ..... %
- VENDITE ..... %
- OFFERTE LETTORI ..... %
- INIZIATIVE DI AUTOFINANZIAMENTO ..... %
- AUTOTASSAZIONE REDATTORI ..... %
- CONTRIBUTI ASSOCIAZIONE ..... %
- CONTRIBUTI PUBBLICI ..... %
- ALTRO (.....) ..... %
- IL PERIODICO E' NORMALMENTE IN DEFICIT? SÌ ☐ NO ☐
- SE SÌ, CHI COPRE LE PERDITE? .....
- SE NO, COME VENGONO UTILIZZATI GLI UTILI? .....
- .....

## 7. NOTE (INDICAZIONI CHE VI INTERESSA SEGNALARE)

.....

.....

### **3 SCHEDE DI PRESENTAZIONE DEI PERIODICI**

Viene di seguito fornita per ogni periodico esaminato una scheda descrittiva degli aspetti esteriori, dei contenuti, dell'organizzazione e dei costi. La descrizione è organizzata in 18 campi distinti, non tutti necessariamente completi. Le informazioni sono ricavate dai questionari restituiti.

Le testate sono presentate in ordine alfabetico per titolo. In caso di testate aventi un identico titolo, l'ordine è determinato dal sottotitolo.

- **Titolo:** viene indicato il titolo riportato sulla testata, completo di eventuale articolo iniziale.
- **Sottotitolo:** idem
- **Luogo:** è considerato luogo di pubblicazione il comune in cui ha sede la redazione.
- **Anno 1°:** l'anno di inizio delle pubblicazioni; tra parentesi viene indicato se ci sono state interruzioni.
- **Organismo promotore:** l'associazione, ente, gruppo o società che edita la testata.
- **Direttore responsabile:** dove esiste, il nome del giornalista pubblicista o professionista che figura dirigere la pubblicazione ai sensi della legge sulla stampa.
- **Periodicità:** quella effettiva e tra parentesi, se diversa, quella dichiarata ufficialmente.
- **Contenuti:** le materie e gli argomenti trattati.
- **Formato:** espresso in centimetri e riferito all'altezza e alla larghezza del foglio.
- **Pagine:** viene indicato il numero medio di pagine pubblicate a numero nel 1994.
- **Tipo di stampa:** tipologia della riproduzione a stampa. Numero di colori impiegati.
- **Illustrazioni:** tipologia delle immagini utilizzate.
- **Tiratura e diffusione:** numero di copie stampate, ambito e modalità della diffusione.
- **Vendita:** eventuale prezzo di vendita, offerta e/o abbonamento.
- **Organizzazione:** attrezzatura della redazione, locali, macchine, strumenti di lavoro.
- **Redazione:** numero dei componenti, suddivisione per sesso, età, professione. Indicazione di eventuali compensi. Modalità di scelta dei redattori.
- **Costi:** ripartizione percentuale delle entrate 1993 ed indicazione della copertura di eventuali deficit.
- **Note.**

## **ALPITUDINE**

---

**Sottotitolo:**

**Luogo:** LOVERE

**Anno 1°:** 1983

**Organismo promotore:** CLUB ALPINO ITALIANO (CAI) DI LOVERE

**Direttore responsabile:** PAOLO PAGNI

**Periodicità:** NON DICHIARATA (3-4 NUMERI ALL'ANNO)

**Contenuti:** VITA DELLA SEZIONE CAI, PROBLEMATICHE AMBIENTALI E DELLA MONTAGNA

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 8

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, A 2 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE E DISEGNI

**Diffusione:** 1.100 COPIE DISTRIBUITE PER POSTA NELLE LOCALITA' A CAVALLO TRA LE PROVINCE DI BERGAMO E DI BRESCIA, AI SOCI DEL CAI

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA PRESSO LA SEDE CAI DI LOVERE

**Redazione:** 4 I REDATTORI VOLONTARI, DI CUI 3 MASCHI, ETA' MEDIA 35 ANNI. DUE SONO IMPIEGATI, UNO E' DIRIGENTE E UNO OPERAIO

**Costi:** PER L'80% COPERTI DA INSERZIONI PUBBLICITARIE, PER IL RESTO COPERTI DALLA SEZIONE CAI

**Note:**

## ARABERARA

---

**Sottotitolo:** PERIODICO VALLE SERIANA E VAL DI SCALVE

**Luogo:** CLUSONE

**Anno 1°:** 1987

**Organismo promotore:** PUBLIDUE SAS - ALZANO LOMBARDO

**Direttore responsabile:** PIETRO BONICELLI

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** INFORMAZIONE, CRONACA, SPORT E CULTURA IN VAL SERIANA E VALLE DI SCALVE

**Formato:** CM 30X42

**Pagine:** 40

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, A 4 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE E DISEGNI

**Diffusione:** 2.500 COPIE A NUMERO DISTRIBUITE NEI 42 COMUNI DELLA VALLE SERIANA E VALLE DI SCALVE IN EDICOLA E PER ABBONAMENTO POSTALE

**Vendita:** IL GIORNALE E' VENDUTO A 2.500 LIRE A COPIA.  
E' DISTRIBUITO ANCHE IN ABBONAMENTO A L. 25.000

**Organizzazione:** LA REDAZIONE HA DUE LOCALI IN AFFITTO, CON TELEFONO, FAX, FOTOCOPIATRICE, COMPUTER, MACCHINA DA SCRIVERE

**Redazione:** SEI I REDATTORI, TUTTI VOLONTARI, PER LO PIU' MASCHI, CON ETA' MEDIA 45 ANNI

**Costi:** I COSTI SONO COPERTI PER IL 60% DALLA PUBBLICITA', PER IL 15% DAGLI ABBONAMENTI, PER IL 25% DALLE VENDITE. IL GIORNALE E' IN ATTIVO E RIESCE A FARE ACCANTONAMENTI E AD ASSEGNARE UN RIPARTO AI SOCI

**Note:** SI TRATTA DI UN ESPERIMENTO RIUSCITO DI PERIODICO D'INFORMAZIONE CHE STA SUL MERCATO, COPRENDO LA CRONACA DI NUMEROSI COMUNI DI DUE DELLE MAGGIORI VALLI DELLA PROVINCIA E RACCOLGENDO UNA QUANTITA' SIGNIFICATIVA DI PUBBLICITA'

## **BERGAMO CUORE**

---

**Sottotitolo:** PERIODICO DEL CIRCOLO CUORE BATTICUORE

**Luogo:** MOZZO

**Anno 1°:** 1984

**Organismo promotore:** CIRCOLO CUORE BATTICUORE

**Direttore responsabile:** GIORGIO FRANCINETTI

**Periodicità:** SEMESTRALE (TRIMESTRALE)

**Contenuti:** INFORMAZIONI E PROGRAMMI DELL'ASSOCIAZIONE CUORE BATTICUORE. NOTIZIE DI PREVENZIONE, CURA E RIABILITAZIONE CARDIOLOGICA

**Formato:** CM 21X20,5

**Pagine:** 8

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA A 2 COLORI

**Illustrazioni:**

**Diffusione:** 5.000 COPIE A NUMERO, DISTRIBUITE PER POSTA IN AMBITO NAZIONALE A CHI NE FA RICHIESTA

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA GRATUITAMENTE DALL'ISTITUTO RIABILITAZIONE DEGLI OSPEDALI RIUNITI, A MOZZO E DISPONE DI TELEFONO, FAX, FOTOCOPIATRICE, COMPUTER, MACCHINA DA SCRIVERE

**Redazione:** 3 I REDATTORI, VOLONTARI, TUTTI MASCHI, CON ETA' MEDIA 60 ANNI, 1 IMPIEGATO E 2 DIRIGENTI

**Costi:** COPERTI INTERAMENTE DALL'ASSOCIAZIONE

**Note:** PUBBLICA INFORMAZIONI SULLE ATTIVITA' ED I PROGRAMMI DEL CIRCOLO CUORE BATTICUORE E SERVIZI SULLA CARDIOLOGIA, PREVENZIONE, CURE ECC

## **BONDEKO**

---

**Sottotitolo:** PERIODICO DI INFORMAZIONE E CONDIVISIONE A CURA DEI GRUPPI MISSIONARI

**Luogo:** VILLA D'ALME'

**Anno 1°:** 1990

**Organismo promotore:** GRUPPI MISSIONARI DI VILLA D'ALME'

**Direttore responsabile:** IL GIORNALE NON E' REGISTRATO. OLIVIERO DAL MOLIN FIGURA RESPONSABILE DEL GRUPPO REDAZIONALE

**Periodicità:** TRIMESTRALE

**Contenuti:** STRUMENTO DI FORMAZIONE E INFORMAZIONE MISSIONARIA

**Formato:** CM 16,5X22

**Pagine:** 28

**Tipo di stampa:** CICLOSTILE, 1 COLORE

**Illustrazioni:** VIGNETTE

**Diffusione:** 1.700 COPIE DISTRIBUITE PORTA A PORTA A TUTTE LE FAMIGLIE DEL COMUNE E 100 COPIE INVIATE AD INDIRIZZI FUORI COMUNE

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** DISPONE DI UNA SEDE GRATUITA PRESSO LA PARROCCHIA, CON IMPIEGO DI COMPUTER E STAMPANTE LASER. OLTRE ALLA REDAZIONE, SONO COINVOLTI NELLA LAVORAZIONE 1 STAMPATORE, 15 CONFEZIONATORI E 43 DISTRIBUTORI

**Redazione:** 6 PERSONE, DI CUI 5 FEMMINE, CON ETA' MEDIA 33 ANNI. 1 INSEGNANTE, 1 STUDENTE, 2 IMPIEGATI, 2 INFERMIERE, TUTTE VOLONTARIE E COOPTATE DALLA REDAZIONE

**Costi:** SOSTENUTI DAI GRUPPI MISSIONARI

**Note:** SEMPLICE MA BEN CURATO QUADERNETTO CICLOSTILATO FRUTTO DEL LAVORO (ANCHE MATERIALE) DEI GRUPPI MISSIONARI DI VILLA D'ALME'. PUBBLICA NOTIZIE SULLA VITA MISSIONARIA IN ZONA, SULLE MISSIONI, RASSEGNE STAMPA, SERVIZI SULLA CULTURA DI ALTRI PAESI, PROPOSTE DI SOLIDARIETA'

**Sottotitolo:** TRIMESTRALE DEL CESVI

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1986

**Organismo promotore:** CESVI COOPERAZIONE E SVILUPPO, ORGANIZZAZIONE NON GOVERNATIVA DI SOLIDARIETA' INTERNAZIONALE PER LA COOPERAZIONE MONDIALE E LO SVILUPPO SOSTENIBILE

**Direttore responsabile:** GIANGI MILESI

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** SOLIDARIETA' INTERNAZIONALE, COOPERAZIONE CON I PAESI IN VIA DI SVILUPPO, EDUCAZIONE ALLA MONDIALITA'

**Formato:** DIVERSI

**Pagine:** 4

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, A 2 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE

**Diffusione:** 10.000 COPIE DIFFUSE A LIVELLO NAZIONALE CON ABBONAMENTO POSTALE A CHIUNQUE NE FACCIA RICHIESTA, ALTERNATE A TIRATURE MINORI (3.000)

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE UTILIZZA I LOCALI E LE STRUTTURE DEL CESVI

**Redazione:** TRE SONO LE REDATTRICI SCELTE DAL CESVI PER OCCUPARSI A TITOLO GRATUITO DEL GIORNALE. HANNO UN'ETA' MEDIA DI 30 ANNI E SONO DUE STUDENTESSE ED UNA DIRIGENTE

**Costi:** INTERAMENTE COPERTI DAL CESVI

**Note:** E' IL PERIODICO DEL CESVI. PUBBLICA SERVIZI E NOTIZIE SIA SULL'ATTIVITA' IN ITALIA E NEI PROGETTI NEI PAESI IN VIA DI SVILUPPO PROMOSSI DALL'ASSOCIAZIONE, SIA SULLA SITUAZIONE E LE PROBLEMATICHE DELLA COOPERAZIONE ITALIANA ALLO SVILUPPO. DEDICA AMPIO SPAZIO ALL'EDUCAZIONE ALLA MONDIALITA'. ESCE IN FORMATI DIVERSI CON TEMI MONOGRAFICI DIRETTI A PUBBLICI SPECIFICI

**Sottotitolo:** APPUNTI DI PROSPETTIVE TREVIGLIESI

**Luogo:** TREVIGLIO

**Anno 1°:** 1991

**Organismo promotore:** ASSOCIAZIONE FOGLI

**Direttore responsabile:** FEDERICO CERATTI

**Periodicità:** BIMESTRALE

**Contenuti:** ATTUALITA' LOCALE, AMMINISTRATIVA E SOCIALE DEL COMUNE DI TREVIGLIO

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 8

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, A 2 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 1.600 COPIE, DISTRIBUITE PORTA A PORTA A TUTTE LE FAMIGLIE DI TREVIGLIO, IN EDICOLA E IN LIBRERIA

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DAL CENTRO DI DOCUMENTAZIONE LA SOFFITTA E NE UTILIZZA LE ATTREZZATURE

**Redazione:** I REDATTORI SONO 10-12, PER IL 75% MASCHI, CON ETA' MEDIA 30 ANNI. DI PROFESSIONE SONO INSEGNANTI (25%), STUDENTI (25%), DIRIGENTI (25%), IMPIEGATI, DISOCCUPATI, PENSIONATI

**Costi:** I COSTI SONO COPERTI DALLE ENTRATE PUBBLICITARIE (80%) E DAI CONTRIBUTI DEI SOCI DELL'ASSOCIAZIONE. PER MOTIVI ECONOMICI, DAL '93 AL '94 IL NUMERO DI PAGINE E' STATO DIMEZZATO

**Note:** STRUMENTO PROMOSSO DALL'OMONIMA ASSOCIAZIONE PER INFORMARE LA CITTADINANZA SULLA SITUAZIONE TREVIGLIESE, CON OCCHIO PARTICOLARMENTE ATTENTO ALLE QUESTIONI SOCIALI

## **FOGLI DI COLLEGAMENTO DEGLI OBIETTORI**

---

**Sottotitolo:** PERIODICO MENSILE DI INFORMAZIONE E CULTURA

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1984

**Organismo promotore:** ASSOCIAZIONE OBIETTORI NONVIOLENTI (AON)

**Direttore responsabile:** ROBERTO CREMASCHI

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** DIBATTITO SU PACE, NONVIOLENZA, MODELLO DI DIFESA, COMMERCIO DELLE ARMI, OBIEZIONE DI COSCIENZA E SERVIZIO CIVILE

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 16

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA A 1 COLORE

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 1.800 COPIE A NUMERO DISTRIBUITE IN ABBONAMENTO POSTALE AI SOCI AON ED ALTRI A RICHIESTA

**Vendita:** IN ABBONAMENTO, 20.000 LIRE ALL'ANNO

**Organizzazione:** LA REDAZIONE OPERA NELLA SEDE DELL'AON, DI PROPRIETÀ DELLA STESSA ASSOCIAZIONE, E DISPONE DI 2 LOCALI, 2 TELEFONI, 1 FAX, 3 COMPUTER

**Redazione:** 5 I REDATTORI, TUTTI VOLONTARI, QUASI TUTTI MASCHI. SONO DIRIGENTI (1), IMPIEGATI (2), DISOCCUPATI (2). SONO SCELTI DALL'ASSOCIAZIONE

**Costi:** COPERTI PER IL 50% DA CONTRIBUTI DEI LETTORI, PER IL 30% DA ABBONAMENTI, PER IL 15% DA AUTOFINANZIAMENTO E PER IL 5% DA INSERZIONI PUBBLICITARIE. IL PERIODICO CHIUDE IL BILANCIO IN PAREGGIO

**Note:** E' IL GIORNALE DELL'ASSOCIAZIONE OBIETTORI NONVIOLENTI DI BERGAMO, CHE HA ASSUNTO FUNZIONI DI RIFERIMENTO NAZIONALE DELLA NUOVA ASSOCIAZIONE, NATA DA UNA SCISSIONE DELLA LEGA OBIETTORI DI COSCIENZA. LA SEDE DI BERGAMO ED IL PERIODICO COSTITUIVANO FINO ALL'ESTATE '94 IL RIFERIMENTO NAZIONALE DELLA LOC

## **GIORNALE DELLE VALLI**

---

**Sottotitolo:**

**Luogo:** LOVERE

**Anno 1°:** 1991

**Organismo promotore:** RTL 98 RADIO TRASMISSIONI LOVERE

**Direttore responsabile:** PIER MARIA BOLOGNA

**Periodicità:** SETTIMANALE

**Contenuti:** INFORMAZIONE LOCALE NELLA ZONA DEL LOVERESE

**Formato:** CM 26X39

**Pagine:** 20

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA (ROTATIVA) A 2 E 4 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE

**Diffusione:** 5.000 COPIE ALLA SETTIMANA, DISTRIBUITO IN AMBITO PROVINCIALE IN ABBONAMENTO POSTALE ED EDICOLA

**Vendita:** 1.500 LIRE A COPIA

**Organizzazione:** LA REDAZIONE HA UNA SUA SEDE, CON 3 LOCALI, 2 TELEFONI, 1 FAX, 1 FOTOCOPIATRICE, 4 COMPUTER, 3 MACCHINE DA SCRIVERE

**Redazione:** I REDATTORI SONO 4. SONO RETRIBUITI LA SEGRETARIA ED I CORRISPONDENTI. VENGONO SCELTI DALL'EDITORE

**Costi:** IL PERIODICO E' IN DEFICIT ED I COSTI SONO COPERTI DALL'EDITORE

**Note:**

## **IL BRUTTO ANATROCCOLO**

---

**Sottotitolo:** NOTIZIARIO DELL'ASSOCIAZIONE VOLONTARIATO VALLE SERIANA

**Luogo:** ALBINO

**Anno 1°:** 1983

**Organismo promotore:** ASSOCIAZIONE VOLONTARIATO VALLE SERIANA

**Direttore responsabile:** ROBERTO CREMASCHI

**Periodicità:** 4-5 NUMERI L'ANNO (BIMESTRALE)

**Contenuti:** POLITICHE SOCIALI TERRITORIALI - VOLONTARIATO - EMARGINAZIONE - SOLIDARIETA' INTERNAZIONALE - ATTIVITA' ASSOCIATIVE

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 38

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 1 COLORE

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 1.200 COPIE, DISTRIBUITE IN PROVINCIA CON ABBONAMENTO POSTALE AI SOCI E SIMPATIZZANTI DELL'ASSOCIAZIONE

**Vendita:** OFFERTA LIBERA

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' PRESSO LA SEDE DELL'ASSOCIAZIONE E NE UTILIZZA LE STRUTTURE

**Redazione:** 5 SONO I REDATTORI, TUTTI VOLONTARI, META' MASCHI E META' FEMMINE, CON ETA' MEDIA 30 ANNI. PER LA MAGGIORANZA SONO OPERATORI SOCIALI, INFERMIERE E STUDENTI

**Costi:** COPERTI DALL'ASSOCIAZIONE E DA QUALCHE CONTRIBUTO DEI LETTORI. LA REDAZIONE RILEVA CON SODDISFAZIONE LA DIMINUZIONE DEI COSTI DELLA SPEDIZIONE POSTALE

**Note:** PERIODICO DELL'AVVS, PUBBLICA OLTRE AD INFORMAZIONI SULLE ATTIVITA' ASSOCIATIVE, INTERVENTI, SERVIZI E DOCUMENTI SULLE TEMATICHE INTERESSANTI IL VOLONTARIATO, L'EMARGINAZIONE ED IL DISAGIO, SIA CON RIFLESSI LOCALI CHE NAZIONALI O INTERNAZIONALI

## IL JOLLY

---

**Sottotitolo:** NOTIZIARIO TRIMESTRALE DELL'UNIONE ITALIANA LOTTA ALLA DISTROFIA MUSCOLARE

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1984

**Organismo promotore:** SEZIONE DI BERGAMO DELLA UILDM (UNIONE ITALIANA LOTTA ALLA DISTROFIA MUSCOLARE)

**Direttore responsabile:** ROBERTO CREMASCHI

**Periodicità:** TRIMESTRALE

**Contenuti:** VOLONTARIATO, DISAGIO ED EMARGINAZIONE SOCIALE, SOLIDARIETA' INTERNAZIONALE, MEDICINA, PSICOLOGIA

**Formato:** CM 21x29,7

**Pagine:** 40

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, A DUE COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE

**Tiratura e diffusione:** 1.600 COPIE, DIFFUSE PER ABBONAMENTO POSTALE IN PROVINCIA AI SOCI UILDM ED INOLTRE A CHI NE FA RICHIESTA, GIORNALI, INTERLOCUTORI SOCIALI E POLITICI, ORATORI, SCUOLE, SEZIONI UILDM ITALIANE

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** UTILIZZA LOCALI E STRUTTURE DELLA UILDM

**Redazione:** SEI VOLONTARI CON ETA' MEDIA 43 ANNI, IN PREVALENZA MASCHI. UN OPERAIO, UN PENSIONATO, DUE DIPENDENTI, DUE DISOCCUPATI

**Costi:** COPERTI PER IL 50% DA QUOTA TESSERA UILDM, PER IL 35% DA ALTRI CONTRIBUTI. IL DEFICIT E' COPERTO DALLA UILDM

**Note:** PERIODICO DELLA UILDM, CONSIDERATO IL MIGLIORE DELLE SEZIONI DELL'ASSOCIAZIONE, TRATTA LE TEMATICHE RELATIVE ALLA DISTROFIA MUSCOLARE, ALL'EMARGINAZIONE, ALL'HANDICAP, AL VOLONTARIATO ED ALLARGA IL CAMPO A TEMATICHE SOCIALI GENERALI. LA REDAZIONE PROPONE DI DARE SEGUITO ALLE INIZIATIVE REALIZZATE PER LA PROMOZIONE DI UNA LEGGE REGIONALE SULL'EDITORIA

## IL KUNEO

---

**Sottotitolo:** GIORNALE DELL'ASSOCIAZIONE 'PIAZZA COMUNE'

**Luogo:** GRUMELLO DEL MONTE

**Anno 1°:** 1993

**Organismo promotore:** ASSOCIAZIONE PIAZZA COMUNE DI GRUMELLO DEL MONTE

**Direttore responsabile:** ROLDANO RADAELLI

**Periodicità:** TRIMESTRALE (BIMESTRALE)

**Contenuti:** INFORMAZIONE SULLA REALTA' DEL COMUNE DI GRUMELLO DEL MONTE, ATTIVITA' ISTITUZIONALI E AMMINISTRATIVE, CULTURA, SOCIETA', AMBIENTE, DISAGIO ED EMARGINAZIONE, VOLONTARIATO

**Formato:** CM 30X41

**Pagine:** 4

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 1 COLORE

**Illustrazioni:** DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 1.000 COPIE DISTRIBUITE PORTA A PORTA A TUTTE LE FAMIGLIE DI GRUMELLO E NEI LOCALI PUBBLICI

**Vendita:** OFFERTA LIBERA

**Organizzazione:** LA REDAZIONE NON HA SEDE ED UTILIZZA STRUMENTI DI PROPRIETA' PERSONALE DEI REDATTORI

**Redazione:** I REDATTORI SONO 5, TUTTI MASCHI, CON ETA' MEDIA 28 ANNI. SONO IMPIEGATI, INSEGNANTI E OPERAI

**Costi:** I COSTI SONO COPERTI PER IL 60% DAI CONTRIBUTI DEI LETTORI E PER IL 40% DA QUELLI DEI REDATTORI

**Note:** GIORNALE DI INFORMAZIONE SULLA REALTA' SOCIALE, CULTURALE, POLITICA, AMMINISTRATIVA DEL COMUNE

## IL PROVINCIALE

---

**Sottotitolo:**

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1990

**Organismo promotore:** CIRCOLO CULTURALE POLITEIA

**Direttore responsabile:** ANNA CARISSONI

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** INFORMAZIONE LOCALE, CONTESTAZIONE DELL'INFORMAZIONE 'UFFICIALE', CULTURA LOCALE

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 32

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 2.000 COPIE DISTRIBUITE IN ALCUNE EDICOLE E PER ABBONAMENTO POSTALE AI SOCI DEL CIRCOLO ED AGLI ABBONATI

**Vendita:** 3.000 LIRE A NUMERO

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DAL PRESIDENTE DEL CIRCOLO ED HA A DISPOSIZIONE UN LOCALE, TELEFONO, FAX, COMPUTER E FOTOCOPIATRICE

**Redazione:** 6 REDATTORI VOLONTARI, TRA I QUALI SOLO IL DIRETTORE GODE DI UN RIMBORSO SPESE. META' MASCHI E META' FEMMINE, HANNO UN'ETA' MEDIA DI 45 ANNI. SONO QUASI TUTTI INSEGNANTI, 1 STUDENTE E 1 DIRIGENTE

**Costi:** SONO COPERTI PER IL 70% DA ABBONAMENTI, PER IL 5% DALLE VENDITE E PER IL 25% DA OFFERTE DI LETTORI E REDATTORI

**Note:** IL PERIODICO NON ACCETTA PUBBLICITA'. PUNTA SOPRATTUTTO SUGLI ABBONAMENTI PER IL RAPPORTO DI FEDELTA' CHE SI INSTAURA CON I LETTORI E PER LA NEGATIVA ESPERIENZA CON LA DISTRIBUZIONE IN EDICOLA

## **INFORMA BERGAMO**

---

**Sottotitolo:** PERIODICO MENSILE DI INFORMAZIONE CISAS

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1992

**Organismo promotore:** IPAS

**Direttore responsabile:** UGO BENEDETTI

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** INFORMATIVA A CARATTERE SINDACALE, RICREATIVO E CULTURALE

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 18

**Tipo di stampa:** OFFSET, A 2 COLORI

**Illustrazioni:** DISEGNI

**Diffusione:** 4.700 COPIE AL MESE, INVIATO SU RICHIESTA IN PROVINCIA ED ANCHE ALL'ESTERNO IN ABBONAMENTO POSTALE

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** IL PERIODICO E' OSPITATO NEI LOCALI DELL'IPAS E NE UTILIZZA LE STRUTTURE, COMPRESA LA MACCHINA DA STAMPA

**Redazione:** 4 I REDATTORI VOLONTARI, TUTTI MASCHI, ETA' MEDIA 30 ANNI

**Costi:** COPERTI DALL'IPAS E DA PUBBLICITA'

**Note:** PUBBLICA INFORMAZIONI E PROPOSTE SULLE ATTIVITA' PROMOSSE DALL'ASSOCIAZIONE A SCOPO ESSENZIALMENTE RICREATIVO-CULTURALE

## LA BUSSOLA

---

**Sottotitolo:** TRIMESTRALE DI ORIENTAMENTO E CONFRONTO DELLE COOPERATIVE SOCIALI

**Luogo:** TORRE BOLDONE

**Anno 1°:** 1993

**Organismo promotore:** CONSORZIO TRA COOPERATIVE SOCIALI 'SOL.CO.'

**Direttore responsabile:** BRUNO CANTINI

**Periodicità:** TRIMESTRALE

**Contenuti:** STRUMENTO DI CONFRONTO E DIBATTITO DELLA COOPERAZIONE SOCIALE IN PROVINCIA

**Formato:** CM 20,6X29,4

**Pagine:** 40

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 1 COLORE

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 1.700 COPIE DIFFUSE IN AMBITO PROVINCIALE, CON ABBONAMENTO POSTALE, AI SOCI DELLE COOPERATIVE ED AI SIMPATIZZANTI

**Vendita:** 7.000 LIRE A NUMERO

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA PRESSO LA SEDE DEL SOL.CO.

**Redazione:** 6 SONO I REDATTORI, TRA CUI IL DIRETTORE E' RETRIBUITO. META' I MASCHI E META' LE FEMMINE, ETA' MEDIA 30 ANNI, PER META' DIRIGENTI E PER META' OPERATORI SOCIALI

**Costi:** COPERTI PER IL 94% DA ABBONAMENTI SOTTOSCRITTI DALLE COOPERATIVE, OLTRE CHE DA PUBBLICITA' (4%) ED ABBONAMENTI (2%)

**Note:** ELEGANTE PUBBLICAZIONE DELLE COOPERATIVE DI SOLIDARIETA' SOCIALE. PUBBLICA SERVIZI INFORMATIVI SULLE COOPERATIVE E INTERVENTI DI RIFLESSIONE, DIBATTITO, DOCUMENTAZIONE. IL CONSORZIO E LE COOPERATIVE STANNO VALUTANDO LA SITUAZIONE PER PROSEGUIRE L'ESPERIENZA E SUPERARE LE DIFFICOLTA' ECONOMICHE

## LA GASPARINA

---

**Sottotitolo:** UN'INTEGRAZIONE TRA PUBBLICO E PRIVATO  
PERIODICO MENSILE DI ATTUALITA' E PREVENZIONE

**Luogo:** ROMANO DI LOMBARDIA

**Anno 1°:** 1991

**Organismo promotore:** COOP. SOCIALE GASPARINA DI SOPRA

**Direttore responsabile:** SERAFINO RESTELLI

**Periodicità:** BIMESTRALE

**Contenuti:** TOSSICODIPENDENZA, EMARGINAZIONE, VOLONTARIATO

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 16

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA A 2 E 4 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE

**Diffusione:** 2.200 COPIE, DISTRIBUITE NEI LUOGHI PUBBLICI, IN OCCASIONE DI CONFERENZE E PER POSTA. L'AMBITO E' REGIONALE, MA IN PARTICOLARE IL PERIODICO VA AGLI ABITANTI DELLA ZONA, AGLI ENTI PUBBLICI, ALLE ASSOCIAZIONI E PARROCCHIE

**Vendita:** 2.000 LIRE A NUMERO. UNA PARTE DELLA TIRATURA E' DISTRIBUITA GRATUITAMENTE

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DALLA COOPERATIVA E NE UTILIZZA LE STRUTTURE

**Redazione:** 2 REDATTORI MASCHI, ETA' MEDI A 40 ANNI, UNO IMPIEGATO ED UNO OPERATORE SOCIALE. UN REDATTORE E' PUBBLICISTA E RETRIBUITO

**Costi:** IL DEFICIT E' COPERTO DALLA COOPERATIVA, CHE RECUPERA UNA PARTE DEI COSTI DALLA PUBBLICITA' ED UNA PARTE DAGLI ABBONAMENTI

**Note:** PERIODICO DI UN'ASSOCIAZIONE ATTIVA SUL TERRENO DEL DISAGIO E DELL'EMARGINAZIONE SOCIALE. TRATTA LE TEMATICHE GENERALI E QUELLE INERENTI ALL'INTERVENTO SUL TERRITORIO

**Sottotitolo:**

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1983

**Organismo promotore:** FONDAZIONE SERUGHETTI LA PORTA

**Direttore responsabile:** ROBERTO CREMASCHI

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** NOTIZIARIO DI INFORMAZIONE SULLE ATTIVITA' DELLA FONDAZIONE SERUGHETTI LA PORTA E SULLE TEMATICHE INERENTI (CULTURA, TEOLOGIA, POLITICA, ETICA...).

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 8

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 1 COLORE

**Illustrazioni:**

**Diffusione:** 2.000 COPIE DIFFUSE IN AMBITO PROVINCIALE, AI SOCI DELL'ASSOCIAZIONE LA PORTA, AGLI ABBONATI E AD UN INDIRIZZARIO DI PERSONE ED ENTI INTERESSATE ALLE ATTIVITA'. SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE

**Vendita:** ABBONAMENTO A 20.000 LIRE, MA LA MAGGIOR PARTE DEGLI INVII E' GRATUITA

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DALLA FONDAZIONE E NE UTILIZZA LE STRUTTURE

**Redazione:** DUE MASCHI, ETA' MEDIA 31 ANNI, UN INSEGNANTE ED UN IMPIEGATO

**Costi:** SONO COPERTI PER IL 55% DAGLI ABBONAMENTI, PER L'8% DALLA PUBBLICITA' E PER IL 37% DALLA FONDAZIONE

**Note:** E' IL NOTIZIARIO DELLA FONDAZIONE SERUGHETTI-LA PORTA. CONTIENE ESSENZIALMENTE LE INFORMAZIONI ED I RESOCONTI RELATIVI AI PROGRAMMI DELLA FONDAZIONE E QUALCHE ARTICOLO INERENTE GLI STESSI TEMI

## **LETTERA CIRCOLARE SULL'ARTE E LA CULTURA**

**Sottotitolo:**

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1993

**Organismo promotore:** GRUPPO ARTISTI ASSOCIATI

**Direttore responsabile:** SEM GALIMBERTI

**Periodicità:** TRIMESTRALE (BIMESTRALE)

**Contenuti:** FOGLI DI COLLEGAMENTO TRA ARTISTI, GALLERISTI, UOMINI DI CULTURA. TEMA PRINCIPALE: L'ARTE CONTEMPORANEA E LE INIZIATIVE LOCALI PUBBLICHE E PRIVATE

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 2

**Tipo di stampa:** CICLOSTILE

**Illustrazioni:**

**Diffusione:** 200 COPIE INVIATE PER POSTA E DISTRIBUITE IN OCCASIONI PUBBLICHE IN AMBITO PROVINCIALE

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE HA SEDE PRESSO LA CASA DEL DIRETTORE ED HA A DISPOSIZIONE TELEFONO, FOTOCOPIATRICE E COMPUTER

**Redazione:** TRE REDATTORI, TUTTI MASCHI, CON ETA' MEDIA 45 ANNI. DI PROFESSIONE, SONO ARTISTI

**Costi:** AUTOFINANZIATO DAL GRUPPO REDAZIONALE

**Note:** INIZIATIVA SPARTANA MA PUNTUALE DI INTERVENTO SULLE POLITICHE CULTURALI PUBBLICHE E PRIVATE DELLA CITTA'. COSI' SI PRESENTANO I REDATTORI: VITA STENTATA MA TENACE VOLONTA'

## L'INCONTRO

---

**Sottotitolo:** NOTIZIARIO AEPR

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1987

**Organismo promotore:** ASSOCIAZIONE EDUCATIVA PER LA PREVENZIONE E IL REINSERIMENTO (AEPR)

**Direttore responsabile:** PIETRO SERINA

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** TRATTA I TEMI DEL DISAGIO GIOVANILE E DELL'EMARGINAZIONE, CON ATTENZIONE PARTICOLARE ALLE PROBLEMATICHE DELLA SOLIDARIETA' INTERNAZIONALE, DELLA GIUSTIZIA E DEGLI ASPETTI EDUCATIVI

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 28

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 2 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, VIGNETTE

**Diffusione:** 4.000 COPIE DISTRIBUITE PREVALENTEMENTE IN PROVINCIA PER ABBONAMENTO POSTALE AGLI ABBONATI E A CHI NE FA RICHIESTA

**Vendita:** ABBONAMENTO ANNUO L. 30.000

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA NELLA SEDE DELLA COOP. AEPR, DI CUI UTILIZZA LE ATTREZZATURE

**Redazione:** I REDATTORI SONO 10, DI CUI UNO RETRIBUITO PART TIME PER LA PARTE ORGANIZZATIVA. PER IL 90% SONO MASCHI, CON ETA' MEDIA 35 ANNI. META' SONO DIPENDENTI DALLA COOPERATIVA AEPR, GLI ALTRI INSEGNANTI, DISOCCUPATI, SACERDOTE. L'ETA' MEDIA E' DI 35 ANNI

**Costi:** COPERTI PER META' DA INSERZIONI PUBBLICITARIE E PER META' DA ABBONAMENTI

**Note:** PERIODICO DELL'ASSOCIAZIONE AEPR. TRATTA DELLE ATTIVITA' DELL'ASSOCIAZIONE E DI TEMATICHE INERENTI IL DISAGIO, L'EMARGINAZIONE, LA SOLIDARIETA'. AL CENTRO IL TEMA DELL'ANIMAZIONE E DELLA PREVENZIONE, QUALIFICANTI DELLE ATTIVITA' DELL'AEPR

## **L'INCONTRO - COSTA SERINA**

---

**Sottotitolo:**

**Luogo:** COSTA SERINA

**Anno 1°:** 1989

**Organismo promotore:** GRUPPO QUADRIFOGLIO DI COSTA SERINA E AEPER

**Direttore responsabile:** PIETRO SERINA

**Periodicità:** TRIMESTRALE

**Contenuti:** NOTIZIARIO DI INFORMAZIONE SUL TERRITORIO DI COSTA SERINA

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 16

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 2 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE

**Diffusione:** 1.000 COPIE DISTRIBUITE PORTA A PORTA A TUTTE LE FAMIGLIE DI COSTA SERINA

**Vendita:** GRATIS. E' GRADITA UNA LIBERA OFFERTA

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DAL COMUNE E DALL'AEPER

**Redazione:** 14 I REDATTORI, CON ETA' MEDIA 30 ANNI. PER IL 70% SONO MASCHI E PER IL 65% SONO OPERAI

**Costi:** SONO COPERTI PER IL 50% DA INIZIATIVE DI AUTOFINANZIAMENTO, PER IL 25% DA OFFERTE DEI LETTORI, PER LA RESTANTE PARTE EQUAMENTE DA AEPER E COMUNE

**Note:** SI TRATTA DI UN SUPPLEMENTO FISSO AL PERIODICO DELL'AEPER 'L'INCONTRO' CHE HA UNA SUA SPECIFICA AUTONOMIA OCCUPANDOSI DI INFORMAZIONE LOCALE SUL PAESE LEGATO PARTICOLARMENTE ALLE ATTIVITA' DELL'AEPER

## L'INTRECCIO

---

**Sottotitolo:** FOGLIO DI COLLEGAMENTO DELLA COOPERATIVA IL SEME

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1992

**Organismo promotore:** COOPERATIVA IL SEME

**Direttore responsabile:** DANIELE ROCCHETTI

**Periodicità:** TRIMESTRALE

**Contenuti:** RIFLESSIONI E COMMENTI SUI TEMI DELLA MONDIALITA' E DELLO SVILUPPO. INFORMAZIONI SULLE INIZIATIVE DELLA COOPERATIVA, CHE GESTISCE UNA BOTTEGA DI COMMERCIO EQUO E SOLIDALE ED E' IL RIFERIMENTO DI CAMPAGNE PER IL BOICOTTAGGIO DI PRODOTTI E PER NUOVE PROPOSTE DI SVILUPPO ALTERNATIVO

**Formato:** CM 17 X 24

**Pagine:** 48

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 1 COLORE

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 1.000 COPIE A NUMERO, DISTRIBUITE IN ABBONAMENTO POSTALE AI SOCI DELLA COOPERATIVA E AD ALTRI INTERLOCUTORI SUL TERRITORIO NAZIONALE

**Vendita:** FINORA DISTRIBUITO GRATUITAMENTE, DAL PRIMO NUMERO DEL '95 SARA' MESSO IN VENDITA A LIRE 1.000 A NUMERO

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DALLA COOPERATIVA E NE UTILIZZA LE STRUTTURE

**Redazione:** 16 MEMBRI, META' MASCHI E META' FEMMINE, CON ETA' MEDIA 25 ANNI. SONO STUDENTI, LA MAGGIOR PARTE, E INSEGNANTI

**Costi:** FINORA, COPERTI INTEGRALMENTE DALLA COOPERATIVA

**Note:** IN CORSO REGISTRAZIONE PRESSO IL TRIBUNALE, CON CONSEGUENTE RADDOPPIO DELLA TIRATURA. E' IN FASE DI ULTIMAZIONE UN'INDAGINE SUI LETTORI



## NOTIZIARIBI

---

**Sottotitolo:**

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1985

**Organismo promotore:** ASSOCIAZIONE PER IL RILANCIO DELLA BICICLETTA (ARIBI)

**Direttore responsabile:** FELICE GIMONDI

**Periodicità:** TRIMESTRALE

**Contenuti:** PERIODICO INFORMATIVO DELLA REALTA' CICLABILE (INIZIATIVE, PROPOSTE, RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE, ESPERIENZE CICLOTURISTICHE, APPROFONDIMENTO CULTURALE)

**Formato:** cm 21x29,7

**Pagine:** 8

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 2 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE E DISEGNI

**Diffusione:** 2.000 COPIE A NUMERO, DISTRIBUITE IN ABBONAMENTO POSTALE IN AMBITO PROVINCIALE AI SOCI ARIBI, A ISTITUZIONI E A CHI NE FA RICHIESTA

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA NELLO STUDIO DEL PRESIDENTE ARIBI E NE UTILIZZA LE STRUTTURE

**Redazione:** DUE MASCHI SESSANTENNI, UNO IMPIEGATO E UNO LIBERO PROFESSIONISTA

**Costi:** LA REALIZZAZIONE DEL PERIODICO E' AFFIDATA ALL'AGENZIA CHE ORGANIZZA LE MANIFESTAZIONI ARIBI E CHE NE COPRE LE SPESE COMPENSANDOSI CON GLI INTROITI PUBBLICITARI.

**Note:** E' IL NOTIZIARIO UFFICIALE DELL'ARIBI. PUBBLICA DOCUMENTI E PRESE DI POSIZIONE SULLA POLITICA DEL TRAFFICO, IN PARTICOLARE CICLABILE DELLE AMMINISTRAZIONI LOCALI, OLTRE CHE INFORMAZIONI SULL'ATTIVITA' ASSOCIATIVA E RESOCONTI/SUGGERIMENTI DI ITINERARI.

## NOTIZIARIO

---

**Sottotitolo:**

**Luogo:** ALZANO LOMBARDO

**Anno 1°:** 1982

**Organismo promotore:** PROTEZIONE VOLONTARIA CIVILE

**Direttore responsabile:** FRANCO RHO

**Periodicità:** TRIMESTRALE

**Contenuti:** NOTIZIARIO VITA ASSOCIATIVA E TEMATICHE DELLA PROTEZIONE CIVILE

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 12

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 2 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE

**Diffusione:** 3.600 COPIE DIFFUSE IN AMBITO LOCALE ED ANCHE A RIFERIMENTI NAZIONALI ED ESTERI. LA SPEDIZIONE E' IN ABBONAMENTO POSTALE

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' COLLOCATA PRESSO LA SEDE DELL'ASSOCIAZIONE E NE UTILIZZA LE STRUTTURE

**Redazione:** UN GIORNALISTA E' RETRIBUITO PER OCCUPARSI DELLA REDAZIONE

**Costi:** LE ENTRATE SONO COSTITUITE SOLO DA INSERZIONI PUBBLICITARIE. I COSTI SONO COPERTI DALL'ASSOCIAZIONE

**Note:**

**Sottotitolo:** MENSILE DI INFORMAZIONE E ARTI VARIE

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1993

**Organismo promotore:** ASSOCIAZIONE CULTURALE MANOCERACE

**Direttore responsabile:** IN VIA DI REGISTRAZIONE

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** INFORMAZIONE CULTURALE E SULLA CITTA'

**Formato:** CM 24X33

**Pagine:** 16

**Tipo di stampa:** OFFSET, 1 COLORE

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 2.000 COPIE A NUMERO, DIFFUSE IN AMBITO PROVINCIALE IN LUOGHI PUBBLICI ED IN PARTICOLARE SCUOLE

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE NON HA SEDE MA PUO' USUFRUIRE DI FAX E COMPUTER GENTILMENTE PRESTATI

**Redazione:** QUATTRO I REDATTORI, DUE MASCHI E DUE FEMMINE, CON ETA' MEDIA 27 ANNI. META' SONO STUDENTI, UNO E' IMPIEGATO.

**Costi:** COPERTI PER L'80% DA INSERZIONI PUBBLICITARIE PER IL 20% DAI REDATTORI

**Note:**



## **PRESENZA ACLISTA**

---

**Sottotitolo:** BIMESTRALE DELLE ACLI BERGAMASCHE

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:**1962

**Organismo promotore:** ACLI BERGAMASCHE

**Direttore responsabile:** GIOVANNI ZUCHELLI

**Periodicità:** TRIMESTRALE (BIMESTRALE)

**Contenuti:** POLITICA-CULTURA-SOCIETA'-DISAGIO ED EMARGINAZIONE-VOLONTARIATO-LAVORO-FORMAZIONE-SPERIMENTAZIONI DELL'ASSOCIAZIONE-AMBIENTE

**Formato:** CM 21x29,7

**Pagine:** 20

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 2 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE-DISEGNI

**Tiratura e diffusione:** 6.000 COPIE DIFFUSE IN PROVINCIA, IN ABBONAMENTO POSTALE AI SOCI ACLI, COLLABORATORI, INTERLOCUTORI

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE UTILIZZA I LOCALI E LE STRUTTURE DELLE ACLI

**Redazione:** DUE LE PERSONE INCARICATE DALLE ACLI DI OCCUPARSI DEL PERIODICO. SONO ENTRAMBE RETRIBUITE, UNA COME GRAFICO

**Costi:** COPERTI PER L'80% DALL'ASSOCIAZIONE E PER IL 20% DA INSERZIONI PUBBLICITARIE

**Note:** E' IL NOTIZIARIO UFFICIALE DELLE ACLI BERGAMASCHE. PUBBLICA DOCUMENTI, SERVIZI, INTERVENTI DELL'ASSOCIAZIONE SULLE TEMATICHE SOCIALI E POLITICHE D'ATTUALITA', NOTIZIE SULLA VITA ASSOCIATIVA, STRUMENTI FORMATIVI. LA REDAZIONE PROPONE FORME DI COLLABORAZIONE TRA LE TESTATE SOCIALI

## **PROGETTO**

---

**Sottotitolo:** PERIODICO MENSILE DI INFORMAZIONE CULTURALE

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1991

**Organismo promotore:** CENTRO CULTURALE PROGETTO

**Direttore responsabile:** ENRICO ARTIFONI

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** INFORMAZIONI SULLE ATTIVITA' DEL CIRCOLO CULTURALE PROGETTO

**Formato:** CM 24X66

**Pagine:** 1 (SI TRATTA DI UNA LOCANDINA)

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 1 COLORE

**Illustrazioni:**

**Diffusione:** 1.000 COPIE DISTRIBUITE PER ABBONAMENTO POSTALE IN AMBITO PROVINCIALE AI SOCI DEL CIRCOLO ED A CHI NE FA RICHIESTA

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DAL CIRCOLO PROGETTO E NE UTILIZZA LE ATTREZZATURE

**Redazione:** I MEMBRI DEL CIRCOLO

**Costi:** COPERTI INTERAMENTE DAL CIRCOLO

**Note:** SI TRATTA SOSTANZIALMENTE DI UNA LOCANDINA DI INFORMAZIONE DELLE INIZIATIVE CULTURALI PROMOSSE DAL CIRCOLO

## PUNTI DI VISTA

---

**Sottotitolo:**

**Luogo:** VILLONGO

**Anno 1°:** 1991

**Organismo promotore:** ASSOCIAZIONE PUNTI DI VISTA

**Direttore responsabile:** ROBERTO CREMASCHI

**Periodicità:** BIMESTRALE

**Contenuti:** INFORMAZIONE LOCALE SUL TERRITORIO DEL COMUNE DI VILLONGO - AMBIENTE - EMARGINAZIONE

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 5

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 1 COLORE

**Illustrazioni:**

**Diffusione:** 2000 COPIE, DIFFUSE A TUTTE LE FAMIGLIE DI VILLONGO CON DISTRIBUZIONE PORTA A PORTA

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE DISPONE GRATUITAMENTE DI UNA SEDE CON UN COMPUTER

**Redazione:** I REDATTORI SONO 7, TUTTI VOLONTARI, PER LO PIU' UOMINI. L'ETA' MEDIA E' DI 35 ANNI E L'OCCUPAZIONE E' DIVISA TRA IMPIEGATI, INSEGNANTI E DIRIGENTI

**Costi:** COPERTI INTEGRALMENTE DALL'ASSOCIAZIONE O DAGLI STESSI REDATTORI

**Note:**

## **RECALL**

---

**Sottotitolo:**

**Luogo:** ALBANO SANT'ALESSANDRO

**Anno 1°:** 1991

**Organismo promotore:** ASSOCIAZIONE GEA - PROGETTO AGORA'

**Direttore responsabile:** RITA BERNARDINI

**Periodicità:** TRIMESTRALE

**Contenuti:** INFORMAZIONE LOCALE SUL TERRITORIO DEL COMUNE DI ALBANOS.A.

**Formato:** TABLOID

**Pagine:** 10

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 1 COLORE

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, VIGNETTE

**Diffusione:** 2.200 COPIE, DISTRIBUITE A TUTTE LE FAMIGLIE DI ALBANO PORTA A PORTA

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE HA UNA SEDE GRATUITAMENTE A PROPRIA DISPOSIZIONE, CON FOTOCOPIATRICE, TRE COMPUTER, 1 MACCHINA DA SCRIVERE, SCANNER E LASER PRINTER

**Redazione:** I REDATTORI SONO 5, TUTTI VOLONTARI, PER IL 60% MASCHI, CON ETA' MEDIA 28. IL 60% SONO STUDENTI ED IL 40% IMPIEGATI

**Costi:** I COSTI SONO COPERTI PER IL 90% DA INSERZIONI PUBBLICITARIE E PER IL 5% RISPETTIVAMENTE DA CONTRIBUTI DI LETTORI E DEI REDATTORI. EVENTUALI UTILI SONO IMPIEGATI PER L'ACQUISTO DELLE ATTREZZATURE NECESSARIE

**Note:**

## **RETE DI SOLIDARIETA' LA ESPERANZA**

---

**Sottotitolo:**

**Luogo:** PONTE S. PIETRO

**Anno 1°:** 1984

**Organismo promotore:** RETE DI SOLIDARIETA' LA ESPERANZA

**Direttore responsabile:**

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** SOLIDARIETA' INTERNAZIONALE, EMARGINAZIONE, RESOCONTI DEI PROGETTI E DELLE ATTIVITA' DELLA RETE LA ESPERANZA

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 6. UN PAIO DI VOLTE ALL'ANNO VENGONO ALLEGATI FASCICOLI O INSERTI PUBBLICATI DA ALTRE RIVISTE

**Tipo di stampa:** FOTOCOPIA, 1 COLORE

**Illustrazioni:** DISEGNI

**Diffusione:** 140 COPIE A NUMERO, DISTRIBUITE AGLI ADERENTI ALLA RETE, NELLA ZONA DI PONTE S. PIETRO E PAESI CIRCOSTANTI

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DA UN MEMBRO DELL'ASSOCIAZIONE

**Redazione:** I REDATTORI SONO QUATTRO, CON ETA' MEDIA 45 ANNI, TRE IMPIEGATI E UNO STUDENTE

**Costi:** AUTOFINANZIAMENTO DEI REDATTORI

**Note:**

## **RODODENDRO**

---

**Sottotitolo:**

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1950

**Organismo promotore:** UNIONE OPERAIA ESCURSIONISTI ITALIANI

**Direttore responsabile:** NINO FILIPPINI FANTONI

**Periodicità:** BIMESTRALE

**Contenuti:** NOTIZIARIO DELLA SEZIONE UOEI. TEMATICHE DI ESCURSIONISMO E MONTAGNA

**Formato:** CM 23X33

**Pagine:** 4

**Tipo di stampa:** OFFSET A 1 COLORE

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 1.200 COPIE A NUMERO, DISTRIBUITE IN ABBONAMENTO POSTALE AI SOCI UOEI

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA PRESSO LA SEDE DELLA SEZIONE UOEI

**Redazione:** QUATTRO REDATTORI, META' MASCHI E META' FEMMINE, CON ETA' MEDIA 50 ANNI. TUTTI PENSIONATI

**Costi:** COPERTI DALL'ASSOCIAZIONE

**Note:**

## **SIAMO COSI'**

---

**Sottotitolo:** LA CITTA' DA UN ALTRO PUNTO DI VISTA

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1994

**Organismo promotore:** NUOVO ALBERGO POPOLARE BONOMELLI

**Direttore responsabile:**

**Periodicità:** TRIMESTRALE (FINORA E' USCITO IL N. 1)

**Contenuti:** LA VITA DELL'ALBERGO POPOLARE E DEI SUOI OSPITI RACCONTATA ALL'ESTERNO ED ALL'INTERNO

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 16

**Tipo di stampa:** CICLOSTILE, 1 COLORE

**Illustrazioni:** VIGNETTE E DISEGNI

**Diffusione:** 200 COPIE DIFFUSE NELL'ALBERGO POPOLARE, NEL QUARTIERE, AGLI OPERATORI DEI SERVIZI SOCIALI, SUL TERRITORIO PROVINCIALE PER POSTA O A MANO

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DALL'ALBERGO POPOLARE E NE UTILIZZA LA STRUTTURA

**Redazione:** I REDATTORI SONO 8, QUASI TUTTI MASCHI, CON ETA' MEDIA 37 ANNI. NELLA MAGGIOR PARTE SONO OSPITI DELL'ALBERGO POPOLARE. CI SONO POI UN IMPIEGATO, UN OPERAIO ED UN'EDUCATRICE.

**Costi:** PER IL 95% COPERTI DALL'ALBERGO POPOLARE, PER IL 5% DA OFFERTE DEI LETTORI

**Note:**

## **SOLIDARIETA'**

---

**Sottotitolo:** PER IL NICARAGUA LIBRE E LA LIBERAZIONE DEL CENTROAMERICA

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1986

**Organismo promotore:** COORDINAMENTO CENTROAMERICA

**Direttore responsabile:** ROBERTO CREMASCHI

**Periodicità:** QUADRIMESTRALE (BIMESTRALE)

**Contenuti:** INFORMAZIONE ED ANALISI DELLA REALTA' CENTROAMERICANA  
- SOLIDARIETA' INTERNAZIONALE

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 8

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 2 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI

**Diffusione:** 1.000 COPIE SPEDITE IN ABBONAMENTO POSTALE IN AMBITO LOCALE E NAZIONALE, IN PARTICOLARE AI SOCI DEL COORDINAMENTO

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA PRESSO L'ABITAZIONE DI UN REDATTORE E DISPONE DI UN TELEFONO ED UN COMPUTER

**Redazione:** I REDATTORI SONO 10, ALL'80% MASCHI, CON ETA' MEDIA 30 ANNI. DI PROFESSIONE SONO IMPIEGATI (80%) E POI INSEGNANTI E STUDENTI

**Costi:** I COSTI SONO COPERTI PER IL 58% DA INIZIATIVE DI PROMOZIONE, PER IL 20% DA UN CONTRIBUTO DELL'ASSOCIAZIONE ITALIA-CUBA ED IL RESTO DA CONTRIBUTI DI LETTORI E INIZIATIVE DI AUTOFINANZIAMENTO

**Note:** A SEGUITO DELLA TRASFORMAZIONE DEL COMITATO, IL PERIODICO ASSUMERA' CONTENUTI E VESTI DIFFERENTI, OCCUPANDOSI DI TEMATICHE PIU' GENERALI, SEMPRE RELATIVE ALL'IMPEGNO INTERNAZIONALISTA

## **TERZO MILLENNIO PONTIROLESE**

---

**Sottotitolo:** PERIODICO DI INFORMAZIONE E DIVULGAZIONE

**Luogo:** PONTIROLO NUOVO

**Anno 1°:** 1987

**Organismo promotore:** ALCUNE ASSOCIAZIONI LOCALI

**Direttore responsabile:** ANGELO GHITTI

**Periodicità:** NON INDICATA (TRIMESTRALE)

**Contenuti:** INFORMAZIONE SULLA REALTA' LOCALE, SIA AMMINISTRATIVA CHE CULTURALE, SPORTIVA, ASSOCIATIVA

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 20

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, 2 COLORI

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 400 COPIE A NUMERO, DISTRIBUITE IN TERRITORIO COMUNALE A TUTTE LE FAMIGLIE.

**Vendita:** IL GIORNALE E' CEDUTO A OFFERTA LIBERA

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DAL CAPOREDATTORE

**Redazione:** I REDATTORI SONO NOVE, OTTO MASCHI ED UNA DONNA, CON ETA' MEDIA 40 ANNI. PROFESSIONALMENTE SONO 6 IMPIEGATI, 1 DIRIGENTE, 1 OPERAIO ED 1 PENSIONATO

**Costi:** SONO COPERTI PER IL 50% DALLE VENDITE, PER IL 25% DA INSERZIONI PUBBLICITARIE, PER IL 25% DA CONTRIBUTI PUBBLICI. IL PERIODICO CHIUDE IN ATTIVO ACCANTONANDO L'UTILE PER NUMERI STRAORDINARI ED ESIGENZE CAUTELATIVE

**Note:**

## **TRESCORE INFORMAZIONE DIBATTITO**

---

**Sottotitolo:** PERIODICO MENSILE DI CULTURA E INFORMAZIONE

**Luogo:** TRESCORE BALNEARIO

**Anno 1°:** 1987

**Organismo promotore:** GRUPPO SPONTANEO

**Direttore responsabile:** SERGIO URISTANI

**Periodicità:** MENSILE

**Contenuti:** INFORMAZIONE LOCALE, SOCIALE E POLITICA, SULLA REALTA' DEL COMUNE DI TRESCORE BALNEARIO

**Formato:** CM 23X33

**Pagine:** 12

**Tipo di stampa:** TIPOGRAFIA, A 1 COLORE

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 2.400 COPIE AL MESE, DISTRIBUITE PORTA A PORTA A TUTTE LE FAMIGLIE DEL PAESE

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DALLA SEZIONE DEL PDS DI TRESCORE ED HA A DISPOSIZIONE TELEFONO, FAX, COMPUTER, FOTOCOPIATRICE, MACCHINA DA SCRIVERE

**Redazione:** I REDATTORI SONO 4, TUTTI MASCHI, CON ETA' MEDIA 35 ANNI. SONO VOLONTARI, PER IL 50% IMPIEGATI E POI DIRIGENTI O STUDENTI

**Costi:** COPERTI INTERAMENTE DALLA PUBBLICITA'

**Note:** PERIODICO PROMOSSO DA UN GRUPPO DI VOLONTARI PER STIMOLARE L'INFORMAZIONE ED IL DIBATTITO SULLA SITUAZIONE DEL COMUNE

## ■ UNA SOLA PACE - MAGAZINE

---

**Sottotitolo:** FOGLIO INFORMATIVO SULLE ATTIVITA' FATTE E DA FARE

**Luogo:** BERGAMO

**Anno 1°:** 1994

**Organismo promotore:** SEGRETERIA DEL MOVIMENTO 'SI VIVE UNA SOLA PACE'

**Direttore responsabile:**

**Periodicità:** NESSUNA: QUANDO C'E' QUALCOSA DA COMUNICARE

**Contenuti:** CONTRIBUTI, RELAZIONI, ESPERIENZE, PROGETTI, INIZIATIVE RIGUARDANTI LE TEMATICHE DELLA PACE, DELLA NONVIOLENZA E DELLA DIPLOMAZIA POPOLARE

**Formato:** CM 21X29,7

**Pagine:** 16

**Tipo di stampa:** OFFSET

**Illustrazioni:** FOTOGRAFIE, DISEGNI, VIGNETTE

**Diffusione:** 100 COPIE, DISTRIBUITE PER POSTA IN AMBITO PROVINCIALE AGLI ADERENTI E SIMPATIZZANTI AL MOVIMENTO

**Vendita:** GRATIS

**Organizzazione:** LA REDAZIONE E' OSPITATA DALLA PARROCCHIA DI SAN TOMASO IN BERGAMO E NE UTILIZZA LE STRUTTURE

**Redazione:** I COMPONENTI LA REDAZIONE SONO "VARI"

**Costi:** COPERTI DA OFFERTE E DAL MOVIMENTO

**Note:**

## **4 LE CARATTERISTICHE DELLA STAMPA D'INFORMAZIONE SOCIALE A BERGAMO**

---

**Giornali non ne mancano.** Se si dovesse valutare la qualità informativa di un territorio dalla dimensione numerica dei periodici attivi, la provincia di Bergamo - come presumibilmente quasi tutte le altre del centro-nord Italia - non avrebbe da lamentarsi. Circa 550 testate, a partire dai due quotidiani e senza contare radio e televisioni, non sono certo poche in una provincia con 930.000 abitanti secondo l'ultimo censimento: una media di una rivista ogni 1.700 persone! E' quasi una lettera circolare tra gruppi omogenei. Ed in effetti in moltissimi casi di questo si tratta: periodici di settore, specializzati, di categoria, di area, di 'nicchia', che si rivolgono ad un piccolo universo e lo raggiungono pressoché tutto. Una larga fetta di questi periodici è costituita dai bollettini parrocchiali - tutt'altro che omogenei tra loro sia per veste che per contenuti - che esattamente rappresentano il periodico squisitamente locale, specializzato diciamo così trasversalmente, e rivolto - pur in una realtà largamente secolarizzata - a quasi tutte le famiglie, specialmente nelle decine e decine di parrocchie di campagna e montagna. Un'altra porzione di questo mondo è costituita dai periodici sindacali, di categoria e d'area: dal mondo industriale a quello dell'artigianato, dall'agricoltura ai servizi, è un florilegio di fogli. C'è infine un terzo ampio filone che è quello commerciale, dal catalogo di prodotti alla newsletter.

**La nostra ricerca si è concentrata sul filone informativo, ed in particolare su quello della cosiddetta informazione sociale.** Un confine non facile da tracciare, ma aiutato da alcune limitazioni. Abbiamo escluso i periodici istituzionali (Provincia, Comuni, Comunità Montane, Consorzi, Assessorati, Enti diversi...), quelli espressione di partiti ed anche quelli che per veste o contenuti si possono qualificare come (tutto è relativo) 'grande stampa' - e si tratta de L'eco di Bergamo, Il Giornale di Bergamo oggi, Bergamo 15 - o come contenitori pubblicitari.

La prima conclusione è che, se la ricerca non ha avuto "buchi" eccessivi (in altra parte resocontiamo della difficoltà addirittura a reperire gli indirizzi), **il panorama che emerge non è ricchissimo** (34 periodici censiti) ed è costituito per circa i 2/3 da riviste prodotte da associazioni con periodicità (mensile o di minor frequenza) e contenuti essenzialmente rivolti al rendiconto sulle proprie iniziative, alla formazione e documentazione, all'approfondimento delle tematiche che fanno da sfondo al proprio impegno. Un obiettivo pertanto che non è prioritariamente di informazione del pubblico diffuso, quale è invece lo scopo di una piccola schiera di periodici locali - di comuni, aree sovracomunali, vallate, mentre

non risultano realtà di quartiere - esistenti sul territorio. In altri termini: la società civile è viva, la sua parte organizzata utilizza la stampa - sia la propria che quella d'informazione esistente - come strumento delle proprie attività, ma **è solo una parte minoritaria che sente l'esigenza (e/o ha la possibilità) di farsi editore di strumenti informativi al fine di meglio articolare ed arricchire l'offerta locale.** Che, al di là delle 550 testate citate, è in definitiva concentrata su L'eco di Bergamo e le sue 60.000 copie quotidiane, con un numero di lettori stimati dall'ADS in 350.000, cioè un bergamasco su tre, analfabeti e minori compresi. O, se si vuole metterla su un altro piano, più di una copia a famiglia (che sono 329.000).

C'è una seconda considerazione che emerge subito scorrendo i questionari. **Giornalisti, in questi giornali, non ce ne sono.** Si ricorre a iscritti all'albo in quanto costretti dalle leggi sulla stampa ai fini della registrazione della testata in Tribunale, ma in genere si tratta di cortesi prestanome. E' una considerazione ovvia, in quanto i giornalisti stanno laddove vien loro riconosciuto uno stipendio per fare il loro mestiere, ma diventa meno ovvia se si considera il fatto che centinaia di pubblicazioni possono uscire regolarmente per anni senza necessità di giornalisti patentati. In altri termini, si ripropone sotto nuova luce il problema: a cosa serve un Ordine dei giornalisti? a cosa servono gli stessi giornalisti? Ovvero, **perchè non è considerato giornalista chi lavora anche a titolo volontario in un giornale?** Ciò non toglie che - facendo eccezione per alcuni pubblicisti che operano in queste testate - sia evidente (anche se inespressa) una **necessità di formazione per operatori dell'informazione locale.**

A questa considerazione se ne collega un'altra: **la qualità del prodotto non è scarsa.** La mano del grafico si vede ovunque, un certo ordine nel peso delle notizie, nella sequenza delle pagine, nella titolazione è presente, il prodotto finale è solitamente gradevole. Sono passati, sembra definitivamente, i tempi dell'autarchia e del risparmio miope, in cui colonne di piombo in corpo 8 riempivano le pagine, affidando al lettore l'improbabile compito di cercare faticosamente notizie e commenti senza uno spazio bianco, un titolo, un'immagine che alleggerissero e aiutassero la lettura. In questo ha aiutato senz'altro la diffusione del **computer**, strumento abituale di lavoro in pressoché tutte le redazioni e diffuso sia sui luoghi di lavoro che nelle abitazioni. Ma ha aiutato anche la considerazione che il lettore non è disposto a perdere tempo ed occhi per cercare le verità nascoste, ed è più utile facilitargli l'approccio. Il generale miglioramento della qualità grafica è giunto insomma anche in periferia.

Un altro elemento di discontinuità con il passato è - mi scuso per il gioco di parole - **la continuità.** La mortalità dei piccoli periodici è altissima e nella nostra ricerca ci siamo imbattuti in numerosi casi di irreperibilità, sospensione, cessazione delle pubblicazioni e in vari casi di mancate risposte che fanno pensare a

morte precoce. Ma tra chi ha risposto all'indagine **nessuno ha segnalato interruzione delle pubblicazioni dall'anno di nascita**, anche se in diversi casi la periodicità dichiarata non viene rispettata e più di un periodico ha attraversato fasi di crisi. La motivazione sta, probabilmente, nel fatto che la parte preponderante dei periodici indagati è espressione di associazioni e movimenti che garantiscono una continuità in quanto il periodico è uno degli strumenti utilizzati e non il fine ultimo. In questo caso, come nel caso del più ristretto gruppo di periodici 'nati per informare', è evidente comunque una **maturità nelle scelte**, un calcolo delle proprie potenzialità, un giusto calibraggio dei costi e delle risorse che hanno permesso di non fare passi più lunghi della gamba e, dov'era il caso, di adattare il passo lungo il cammino, cambiando periodicità o riducendo la foliazione.

Forse per il fatto che non esistono, forse perché se esistono hanno una circolazione molto specifica e sono privi di riferimenti (indirizzo, registrazione, direttore responsabile ecc), non risulta segnalato alcun periodico studentesco. Tra i giornali rilevati, **solo uno può essere considerato di tipo giovanile**.

Occorre comunque tenere ben presente che si tratta di periodici a **tiratura, in termini assoluti, estremamente limitata**. La maggior parte non supera le 2.500 copie a numero e molti periodici si attestano sotto o intorno alle 1.000 copie. Se ciò spesso non inficia la loro rilevanza rispetto al pubblico cui sono rivolti (ad esempio gli associati o la popolazione di un comune), è chiaro che non fa acquisire molto appeal in termini pubblicitari né contribuisce a dare peso in termini politico-culturali sul territorio della provincia. Scarse, tra l'altro, iniziative editoriali promosse da più associazioni insieme (La Bussola e Terzo Millennio Pontirolese).

Quanto alle **risorse** disponibili, è l'editore-associazione dietro le spalle che garantisce la chiusura dei conti a fine anno. In sostanza, come già detto, i costi diretti (tipografia, spedizione postale ecc) e quelli indiretti o comunque meno visibili (personale, telefono, strumenti di lavoro ecc) sono assunti dall'associazione che promuove il periodico e che destina allo stesso una parte delle quote di adesione. Questo fa ritenere a numerose associazioni di essere sostanzialmente in pareggio nei conti 'editoriali': aspetto reale, spesso, se si conteggiano solo i costi esterni, ma naturalmente del tutto inesatto se si valuta il lavoro e l'impiego della struttura.

Il tema costi si fa più rilevante per i periodici a carattere schiettamente informativo, che devono trovare da sé le proprie risorse. Ormai largamente diffusa, anche se non unanime, è l'**accettazione, o meglio la ricerca, di inserzioni pubblicitarie** (e questo riguarda anche i periodici associativi). Si tratta di pubblicità locale, di tipo commerciale (piccole imprese, negozi, fiere, locali di intrattenimento...), istituzionale (iniziative dei comuni, qualche asta giudiziaria...), ed anche di tipo sociale (botteghe del commercio equo e solidale, cooperative di solidarietà sociale...). In genere la raccolta è autogestita, artigianale, con afflussi

molto variabili di denaro, ma facilitata dalla conoscenza diretta sul territorio tra gli interlocutori. Ed i giornali d'informazione locale che la accettano risultano generalmente ben corrisposti, anche se il panettiere non sarà mai disposto a pagare cifre troppo elevate.

Da segnalare l'iniziativa dell'ARIBI, che di necessità ha fatto virtù ed è riuscita a far gestire il proprio semplice periodico dalla società su cui si appoggia per l'organizzazione delle proprie manifestazioni: la società realizza a proprie spese il periodico e incassa gli introiti pubblicitari. A occhio, chi ci ha guadagnato è l'ARIBI.

Gli introiti pubblicitari arrivano a coprire, comunque, anche l'80 o 90% delle spese vive, permettendo a qualche periodico di chiudere il bilancio con attivi destinati ad acquisire le attrezzature necessarie alla produzione.

**I contenuti.** Di cosa trattano questi giornali che abbiamo definito sociali?

**I giornali promossi da associazioni** - e sono circa i due terzi - si dedicano naturalmente alle attività ed ai fini specifici del proprio editore. **Emarginazione, disagio, handicap, prevenzione, animazione per tutta una serie. Tematiche culturali, formazione, politiche dell'amministrazione, per altre. Ambiente, pace, cooperazione internazionale, solidarietà, volontariato, per altre. Per alcune, un po' di tutti questi temi, ed altri ancora.** Rara, comunque, è la scelta di fungere da semplice notiziario delle attività: in genere oltre a resocontare o annunciare le iniziative dell'associazione, i periodici affrontano con servizi, documenti, interventi le tematiche più generali e valutano le politiche pubbliche sul tema. Permanente è il rapporto con i lettori-associati, cui si offrono iniziative, stimoli, proposte e da cui si richiede reazione, adesione, critica. Il taglio è generalmente espositivo del pensiero di chi scrive o dell'associazione: in tal senso si conferma quanto sopra accennato e cioè che l'obiettivo non è principalmente l'informazione sui temi che stanno a cuore, quanto l'esposizione delle posizioni e delle iniziative dell'associazione. C'è chi alterna con equilibrio entrambi i tagli, ma certamente il servizio sul terzo mondo proposto dal notiziario del settore è largamente intriso di passione se non di ideologia. Ma non si vuole qui dare un giudizio negativo, soprattutto considerando che per questi gruppi lo strumento informativo autoprodotta è quasi sempre l'unico modo per farsi sentire nella realtà locale, ben altrimenti orientata. Sta di fatto, certamente, che il bollettino arriva quasi esclusivamente nelle mani di lettori già ampiamente convinti. Ma - è il corretto ragionamento dei promotori - non è un buon motivo per non fare nemmeno questo.

**I giornali più specificamente d'informazione**, che vengono realizzati cioè con l'obiettivo prioritario di diffondere al più ampio pubblico notizie e servizi, anche critici rispetto alle autorità in campo, sulla realtà locale, hanno un campo d'intervento più ampio. Il taglio è più giornalistico, con interventi indovinati (l'intervista al maresciallo dei carabinieri del paese sul disagio giovanile e la tossicodipendenza, ad esempio), con cronache e servizi sia dalle istituzioni che dalle

realtà sul territorio. Rispetto alla stampa classica d'informazione, **prevale un'attenzione più diffusa ed articolata alle realtà locali** (non c'è solo il "palazzo") ed in genere, seppur con gradi diversi a seconda del gruppo promotore (gruppo 'contro' o più moderato) viene coltivata una **attenta critica dell'operato pubblico e delle istituzioni** (ivi compreso, ad esempio, il parroco del paese). Il giornale di paese riveste la stessa funzione che il quotidiano locale ha nei confronti della stampa nazionale: dà spazio ed attenzione alle mille notizie locali che l'altro ignora. E' da apprezzare, al riguardo, la scelta pressoché unanime di caratterizzarsi per quello che si è, senza tentare patetici scimmiettamenti dei 'grandi' giornali: il giornale di paese parla della sua realtà e dei suoi problemi, tentando di non assolutizzarli ma anche tenendo conto dei riflessi che le scelte politiche ed economiche a livelli più alti (ad esempio la legge finanziaria) hanno sulla vita di singoli e di comunità. Appare in genere un **giusto equilibrio tra locale e nazionale**, segno che la redazione sa di rivolgersi ad un pubblico che vive in una comunità ben radicata in una provincia, regione e nazione. Un'autonomia ben vissuta, insomma, ed uno schiaffo a separatismi inconcludenti e astorici. Dove c'è una o più persone ben formate sul piano giornalistico (è il caso di Araberara, mensile delle valli Seriana e di Scalve), i risultati si vedono.