

Sabato
20 novembre 19996
l'UnitàGiornali
quelli della strada

IL PRIMO GIORNALE DI STRADA NACQUE A NEW YORK NEL 1989: RACCONTAVA LE STORIE DEI SENZA CASA. POI L'ESPLOSIONE DEL FENOMENO ANCHE IN EUROPA. LA PRIMA TAPPA DI UN VIAGGIO NELL'ESPERIENZA ITALIANA, DOVE I GIORNALI SI DIVIDONO TRA CHI PRIVILEGIA L'INFORMAZIONE SOCIALE E CHI PUNTA SULLA TESTIMONIANZA DIRETTA

Te li offrono nelle stazioni della metropolitana, oppure fuori dal bar dove sei andato a bere un cappuccino. Te li porgono, e spesso a farlo sono mani di giovani immigrati di colore o di "sbandati", gente senza casa né lavoro. Ti chiedono di comprare il loro "giornale di strada". Di strada, perché si vendono esclusivamente in piedi in mezzo alla gente, e "loro" per almeno due buone ragioni: perché quei giornali che hanno in mano gli danno da vivere e perché raccontano le loro storie. Ha scritto Valentina Romano, del catanese "Stradaviva": «La vita di Versace? Non c'entra con quella della maggior parte della gente. Eppure se ne parla tanto. Tutti ne parlano tanto. E più se ne parla più diventa "indispensabile" parlarne. La vita di Wilhelm, quella di Angela o di Tonino? C'entra con quella della maggior parte della gente. Eppure non se ne parla. O se ne parla solo quando il corpo assiderato viene trovato dentro una stazione in una notte gelida. Magari a Natale...».

I giornali di strada nascono nel 1989 a New York con l'uscita di "Street Sheet", un foglio sorto con l'obiettivo primario di essere l'espressione diretta dei bisogni e delle storie degli "homeless". L'esperienza passa quindi in Europa: a Londra nel settembre del 1991 fa il suo debutto "Big Issue", il primo giornale di strada del Vecchio Continente: esce settimanalmente, raggiunge anche le 130.000 copie di vendita e non dà solo voce diretta agli emarginati, ma affronta anche i problemi sociali e fa informazione su una vasta gamma di temi (spettacoli, cinema, sport). Dopo Londra il fenomeno dilaga, e non solo in Europa: sono ormai diverse centinaia le testate e solo l'Asia sembra sinora immune dal fenomeno. In Italia la crescita del fenomeno porta anche ad una diversa caratterizzazione dei giornali. "Terre di mezzo" di Milano è l'unico ad aderire all'INSP (International Network of Street Papers, sorta nel 1995), che raccoglie 23 testate. Altri giornali scelgono di seguire un percorso diverso. A cominciare dal capostipite "Piazza Grande" di Bologna (nato all'inizio del '94), che insieme a "Fuori Binario" di Firenze, a "Noi sulla strada" di Padova e a "Stradaviva" di Catania si uniscono nella Federazione italiana giornali di strada. Li uniscono alcune caratteristiche: vendita in strada ad offerta libera, completo autofinanziamento, articoli scritti direttamente da chi vive l'emarginazione. Sono giornali soprattutto di testimonianza diretta, dai contenuti molto vivi, sorti in stretta simbiosi con i dormitori delle rispettive città. L'obiettivo è quello di far parlare gli emarginati, di far raccontare i loro problemi, di creare un ponte tra il loro mondo e la città. E non solo senza fissa dimora, le loro pagine sono aperte ai carcerati, a chi è disabile, agli immigrati extracomunitari, a chiunque soffra un disagio che conduce a qualche forma di emarginazione.

«A primavera si rimacella il Kosovo». Massimo Acanfora, redattore di "Terre di mezzo", ci mostra il titolo che apre una pagina del numero del dicembre '98: «Allora, era il 10 dicembre, andammo a Pristina nella giornata dei diritti umani, per raccontare l'impegno e le difficoltà in cui si muovevano quanti avevano scelto la strada della resistenza non violenta. E fummo facili profeti di sventura: erano già ben presenti e chiari tutti gli elementi che avrebbero portato ai fatti di questa primavera». Situazione internazionale, inchieste sulle adozioni a distanza o sul lavoro in affitto, indagini nei cantieri sulla sicurezza: la filosofia di "Terre di mezzo" (nato nell'ottobre del '94, nove mesi dopo "Piazza Grande") si stacca molto da quella che anima gli altri giornali di strada. L'obiettivo non è più quello di far parlare direttamente il mondo dell'emargina-

Metropolis



Inchiesta

Giornali di strada e il mondo dell'emarginazione
getta un ponte verso la città visibile
I casi di "Terre di mezzo" e "Scarp de' tenis"

Senza casa, immigrati, poveri La città nascosta si racconta

BRUNO CAVAGNOLA

zione, ma di fare dell'informazione sociale. «In questi cinque anni di lavoro-aggiunge Acanfora - siamo andati ad esplorare le "terre di mezzo", quei luoghi vicini ma nascosti della vita, che ci toccano, ma che non abbiamo mai tempo di guardare per paura, noia o distrazione. Ora abbiamo deciso di puntare su cinque argomenti che nei prossimi anni saranno, secondo noi, cruciali: l'immigrazione e i problemi della convivenza tra italiani e stranieri, le nuove povertà di chi viene cacciato alle soglie della sopravvivenza, gli stili di vita di chi ha scelto di vivere nella direzione della giustizia e della responsabilità verso il prossimo e l'ambiente, il lavoro e in particolare quello più flessibile ma meno sicuro, le città nascoste dove si trovano i luoghi dell'emarginazione e della solidarietà». A questa filosofia corrisponde anche un giornale a struttura ben definita, che punta ad un prodotto di qualità: vi lavorano quattro redattori giornalisti di professione e il giornale ha un prezzo

di copertina.

"Scarp de' tenis" è il titolo di una canzone di Jannacci che racconta la storia di un "barbone"; dal 1996 è anche la testata dell'altro grande giornale di strada di Milano. «Comunicazione e lavoro - spiega il direttore Paolo Lambroschi - sono i nostri due obiettivi. Vogliamo innanzitutto far comunicare la strada attraverso le persone che la vivono, e il racconto di una storia è il mezzo più efficace. Ma l'altro strumento di lotta che abbiamo contro l'emarginazione è il lavoro. Il nostro giornale, come anche gli altri di strada, dà possibilità di un lavoro concreto a chi li vuole diffondere. È uno dei salvataggi a cui si può aggrappare chi si trova in una situazione disperata per iniziare un percorso di reinserimento sociale. All'inizio vendere il nostro giornale può servire a salire il primo gradino: la riconquista della fiducia in se stessi».

Spesso questi giornali di strada si inseriscono, o creano intorno a sé, del-

le reti di protezione sociale. Gli utili innanzitutto, quando ci sono, sono destinati a scopi assistenziali. Se lo "Hintz&Kunts" (Tizio e Caio) di Monaco di Baviera ha creato uno staff di persone che si occupa di alcolismo, tossicodipendenza e case a basso prezzo, e in Scozia un giornale di strada ha avviato esperienze di microcredito concedendo ai suoi venditori prestiti d'onore per affittare alloggi o avviare attività di lavoro autonome, a "Scarp de' tenis" vanno molto orgogliosi del fatto che essere un loro venditore stabile è stato considerato dall'Aler, l'istituto delle case popolari, una garanzia per dimostrare di avere il reddito necessario all'assegnazione di un alloggio.

Un'esperienza caratteristica di questi ultimi anni - ci hanno raccontato a "Terre di mezzo" - è quella dei paesi dell'Europa ex comunista, dove i giornali di strada sono diventati un punto concreto di intervento in questa fase di passaggio ad un'economia di mercato. Il crollo del sistema pianificato ha la-

sciato voragini scoperte in diversi campi dell'assistenza sociale: casa, alcolismo, anziani. Se il "Flazer" di Budapest ha fondato un consorzio con altre associazioni per offrire dell'assistenza sanitaria, a San Pietroburgo il locale giornale di strada è l'unico soggetto che si occupa dei senza fissa dimora. Sino a non molto tempo fa, ogni sera i senza casa venivano trovati a dormire nel centro della città venivano fatti sparire agli occhi dei turisti e deportati nella foresta baltica, a 70 chilometri dalla città e con temperature che d'inverno raggiungono i 40 gradi sotto zero. Le associazioni volontarie che si occupano di loro hanno denunciato che nel 1997 sono scomparsi dalla loro assistenza 400 senza fissa dimora: scomparsi nel nulla. Quelli di "Terre di mezzo" sono andati a San Pietroburgo per aiutare i colleghi russi nella denuncia di questa situazione. E da allora - hanno poi riferito - le deportazioni sono cessate.

(1 - segue)

Sicilia

"Malgrado tutto" per Sciascia

«È nato sotto il segno di Leonardo Sciascia e allo scrittore siciliano dedica un numero speciale nel decennale della morte: "Malgrado tutto" è un bell'esempio di giornale spontaneo con editori-redattori-strilloni che resiste nella Sicilia in cerca di riscatto. Il numero speciale in vendita da oggi raccoglie le testimonianze di tanti amici di Sciascia, da Vincenzo Consolo a Francesco Rosi, da Nino De Vita a Matteo Collura con l'aggiunta degli articoli scritti dall'autore di «Todo Modo» per il periodico di Raccalmuto. Nel primo numero della rivista, quello del luglio '81, 250 copie di tiratura e 8 pagine, Sciascia scrisse solo venti righe in prima pagina che ricompaiono, nella stessa posizione, nell'edizione odierna. I redattori di allora era ragazzini che cercavano qualcosa in più della vita da bar e sognavano di lavorare in un giornale. L'unica soluzione che trovarono fu di fondarne uno vero e scelsero quel nome così esplicito e diretto, "Malgrado tutto", che piaceva tanto a Gesualdo Bufalino («Era il migliore che si potesse dare a un giornale»). E decisero di mettersi a vendere il loro prodotto alla festa della Santissima del Monte riuscendo a non avere una sola resa. Alcuni di quei giovani fondatori sono davvero diventati giornalisti ma non hanno perso la passione e l'impegno per il loro foglio che continua regolarmente ad essere confezionato a Raccalmuto nonostante anatemi e attacchi vari. Sciascia, lo scrittore dell'impegno civile, era noto per la sua attenzione, quasi maniacale, verso i rifiuti. Anche l'editrice Elvira Sellerio racconta della certissima ricerca di Sciascia in tutti i libri della collana della Memoria. Una volta ne trovò addirittura 48 in un libro e la Sellerio lo ritirò in fretta dalle librerie. Così un giorno, passeggiando per Raccalmuto, Sciascia incontrò Egidio Terrana, insegnante e direttore del giornale dall'84 e gli disse: «Mi devo complimentare, sul vostro giornale non ho mai trovato un rifiuto». In questi dieci anni anche senza di lui, senza i suoi consigli, senza i suoi articoli, "Malgrado tutto" è rimasto in vita portando avanti una piccola grande sfida nel cuore della Sicilia. E nel segno di Sciascia quei ragazzi ormai adulti, sperano di non smettere mai.

INFO

A prezzo fisso

"Terre di mezzo" è diffuso a Milano, Roma, Genova, Trieste e Padova. È venduto da diffusori di 24 Paesi. Ogni copia costa 3.500 lire, di cui 1.600 restano al venditore. La tiratura è di 15-20.000 copie al mese. "Scarp de' tenis" costa invece 3.000 lire (il 50% resta al venditore).

Nell'ultimo anno ha visto aumentare le copie da 3.500 a 10.500. Oltre a Milano, ha redazioni a Monza, Brescia, Torino, Bergamo, Lecco e Napoli. Gli indirizzi: "Terre di mezzo", piazza Napoli 30/6, Milano; tel. e fax 02.48953032 e 48953032.

"Scarp de' tenis": via Porpora 26, Milano; tel. 02.29536151.

E nata "Altreconomia"

Gli ananas amari dell'uomo Del Monte

«Dopo le banane il frutto tropicale più consumato in Europa è l'ananas. E, come le banane, anch'esso è coltivato nelle peggiori condizioni di lavoro». Agli "Ananas amari di Del Monte" è dedicata l'inchiesta del primo numero di "Altreconomia", il nuovo giornale di strada (in distribuzione da questa settimana) voluto da chi crede che «l'economia debba essere "altra", avere un'anima e servire l'uomo».

Obiettivo puntato dunque, sin dall'esordio, su una delle grandi multinazionali dell'alimentazione con un reportage firmato da Francesco Gesualdi, che è andato a visitare la piantagione di Thika in Kenya (ogni anno si raccolgono circa 300.000 tonnellate). Per scoprire che vengono pagati salari molto miseri, che vengono usati pesticidi pericolosi sia per l'ambiente che per la salute dell'uomo, che non sempre vengono garantiti ai chi lavora tutti i diritti previsti dalla legge e dai contratti. Particolarmente drammatica è la situazione dei lavoratori avventizi, che rappresentano il 26% della manodopera della piantagione. Non sono coperti da alcun contratto e anche quando lavorano quattro settimane di fila riescono a

portare a casa solo 2.300 scellini (circa 69.000 lire), sufficienti a coprire appena il 20% del fabbisogno mensile di una famiglia. Il giornale lancia anche la proposta di dire un secco "no" all'uomo Del Monte, spedendo tre cartoline rispettivamente a Del Monte, Coop (che acquista ananas di Thika) e Associazione calciatori (l'ad del Monte è sponsor della Lazio). Quattro le richieste: che nella piantagione del Kenya vengano pagati salari dignitosi; che venga abbandonato l'uso dei pesticidi più rischiosi; che venga salvaguardata la salute dei lavoratori; che vengano garantiti ai lavoratori tutti i diritti previsti dalla legge e dai contratti; che venga accettato il controllo da parte di una commissione indipendente appositamente costituita.

«Altreconomia» nasce come progetto comune, con l'intenzione di unificare le realtà di diverse associazioni che operano nell'area dell'economia "altra". Vi partecipano tre fra i principali importatori del commercio equo in Italia, come Ctm-altromercato, Equo mercato, Roba dell'altro mondo; il Centro nuovo modello di sviluppo, che dal 1985 è impegnato nella promozione di consumo critico e di campagne di boicottaggio; e Cric, l'organizzazione non

governativa di Reggio Calabria. Il tutto "condito" con le competenze della redazione di "Terre di mezzo".

È il primo giornale di strada che si occupa di economia e la scelta della strada vuole indicare la volontà di uscire dall'ambito di un pubblico ristretto di specialisti e di militanti per portare ad un pubblico più largo i temi di una economia alternativa, fatta di finanza etica, di commercio equo e solidale, di cooperazione internazionale. Obiettivo primario del nuovo giornale è «svellare le regole del gioco: dai misfatti delle multinazionali ai pericoli dei processi di globalizzazione, spiegando anche come opporsi da cittadini responsabili con le campagne di boicottaggio».

Oltre all'inchiesta su Del Monte, nel primo numero vengono puntati i riflettori su altri tre argomenti: Carta dei criteri, Millennium Round e proiettili ad uranio impoverito. La Carta dei criteri è il nuovo strumento (siglato l'8 settembre a Roma) per smascherare gli "equo-furbacchioni": definisce infatti una volta per tutte che cosa sia il commercio equo e solidale, quali gli obiettivi, le attività e i doveri. Due pagine sono dedicate al "Millennium

round": il 30 novembre a Seattle il 134 Paesi membri dell'Organizzazione mondiale del commercio si riuniranno per decidere le nuove regole dell'economia globale. Nuove regole, ma a vantaggio di chi? A Seattle ci saranno anche migliaia di militanti di associazioni di base per chiedere di bloccare il nuovo Round negoziale e anzi di rivedere le conseguenze degli accordi esistenti. Ultimo tema proiettili ad uranio impoverito lanciati durante la guerra in Kosovo, con l'annuncio che il Cric (un'organizzazione non governativa che da anni opera nei Balcani) effettuerà una prima missione sul campo per valutare gli effetti delle armi radioattive sull'uomo e sull'ambiente.

«Altreconomia» è venduto con la rete degli strilloni di "Terre di mezzo" a Milano e in tutta la Lombardia, a Roma, Genova, Padova, Trieste e Venezia. È in strada a partire dal 15 di ogni mese e il venditore trattiene il 45% del prezzo di copertina. Ma il giornale può essere trovato anche nelle botteghe del commercio equo e solidale di tutta Italia. La tiratura del primo numero è stata di 25.000 copie. La redazione si trova a Milano in piazza Napoli 30/6. Telefono: 02.4895.3031. E-mail: altreco@tin.it

