

@ **Come parlare delle elezioni?**

«Vi scrivo perché, ancora una volta, avete inserito le foto di Monti, Bersani e Berlusconi. Continuo a pensare che un'immagine del genere vuol comunicare che la sfida elettorale è tra loro tre. Cosa sarebbe successo se si fosse messa la faccia di Grillo al posto loro?».

Domenico Casulli
Arquata Scrivia (Al)

«Complimenti! Siete coraggiosi, anche in questa fase pre-elettorale! Mi fa molto piacere sentire anche delle prese di posizione, contrariamente a quanto eravamo abituati. Bravissimi, d'altra parte l'etica è al di sopra delle parti! Con la possibilità dei commenti siete proprio all'avanguardia».

Adelina Baldi

«Salve, ci siamo stupiti di come non abbiate nemmeno citato il neo-partito "Io Amo l'Italia" di Magdi Cristiano Allam tra i partiti candidati. Colpiti perché è l'unico partito nel cui programma sono presenti chiaramente i valori non negoziabili a cui costantemente il papa e i vescovi richiamano l'attenzione».

Cecilia – Modena

Abbiamo preso, tra le tantissime ricevute sia su carta che online, alcune missive a proposito delle elezioni appena concluse. Non possiamo rispondere ad ogni lettera, il tempo

non ce lo permette, ma vogliamo con ciò ringraziare tutti i lettori, che mai come questa volta hanno voluto interloquire con la redazione. Se pensiamo poi che nello stesso tempo stiamo vivendo la vicenda della grande rinuncia di Benedetto XVI, per la quale abbiamo ricevuto centinaia di missive, ecco che il quadro vi apparirà più chiaro. Ed è quello di una "famiglia" di giornalisti, collaboratori e lettori veramente straordinaria. Grazie a tutti dall'intera redazione. (Per quanto riguarda le elezioni, abbiamo fatto ogni sforzo per essere il più possibile aperti, obiettivi e esaurienti, mettendo in luce programmi e liste dei leader politici che avranno un ruolo in parlamento. Grillo non era candidato, Allam poteva raccogliere un'esigua percentuale di voti).

✉ **Economia di Comunione**

«In questo terribile momento di crisi economica, come mai, alcuni veri focalini e competenti in materia, non si fanno avanti per proporre e fare attuare l'Economia di Comunione, suggerita da Chiara Lubich, che, a vostro dire, ha riscontrato e riscontra effetti positivi nel mondo?».

Elena Basile – Marsala

Sono centinaia gli articoli che pubblichiamo ogni anno a proposito dell'Economia di Comunione, o comunque scritti da eco-

nomisti e imprenditori che si rifanno ai suoi principi. Esperti che si cimentano anche in altri media: per tutti ricordiamo gli editoriali di Luigino Bruni, pubblicati nel weekend su Avvenire. Poco alla volta, allora, i principi dell'Economia di Comunione si stanno facendo strada.

✉ **La crescita sana dei figli**

«Sono un'insegnante di scuola media. In una scuola di Ferrara alcuni ragazzi vanno vestiti con abiti firmati. All'incontro dei genitori, i meno abbienti hanno fatto notare che sarebbe meglio che a scuola ci fosse un'ugualianza nell'abito, per evitare sfoggi e umiliazioni. I benestanti hanno risposto che loro possono permettersi queste spese: zainetti, jeans e borse firmate, e che continueranno a farlo: "Chi è povero si iscriva ad un'altra classe", hanno detto. Le famiglie con pochi mezzi sono rimaste disgustate, perché i figli sono relegati in un ghetto, perché non hanno telefonino ed altre cianfrusaglie all'ultima moda. Se si facesse una petizione al ministro della Pubblica istruzione e ai rappresentanti delle famiglie in Parlamento? Si stanno allevando dei boriosi, insensibili e razzisti giovani che domani faranno dei grandi disastri nella società?».

Maria Adelaide Bianchi
Castiglione – Ferrara



Si risponde solo a lettere brevi, firmate, con l'indicazione del luogo di provenienza.

Invia a:
segr.rivista@cittanuova.it
oppure:
via degli Scipioni, 265
00192 Roma



PUBBLICITÀ: RISORSA O INGANNO?

Mio nonno, da buon genovese, diceva sempre: «La pubblicità è l'anima del commercio». Ho scoperto di recente che questa frase non era di mio nonno ma di Henry Ford. Ed ho scoperto anche il suo contrario: «La pubblicità è il commercio dell'anima», come scriveva Marcello Marchesi.

Un dato: 5 per cento. È la percentuale dei ricavi della pubblicità su *Città Nuova*. Ciò significa che, grosso modo, il 95 per cento delle spese per la pubblicazione della rivista viene pagato dai nostri fedeli abbonati. Siamo soddisfatti di non dipendere, come tante altre riviste, dagli inserzionisti, perché vogliamo essere una voce libera. Non a caso il contenuto della pubblicità su *Città Nuova* viene letto e vagliato dai nostri lettori come fosse un articolo. E viene contestato quando non corrisponde, secondo i lettori, al vero.

*In un recente viaggio in Australia, sono rimasto stu-
pito che ancora nelle scuole si usino le divise. I ragazzi, quando sciamano fuori dalle loro aule, paiono una banda simpatica di ragazzi tutti uguali. Non credo che si possa tornare all'egua-
litarismo della divisa, è giusto che i ragazzi si esprimano anche col loro abbigliamento. Ma certamente lo sfoggio del lusso (uno degli unici settori ancora trainanti dell'economia italiana, e quindi iperpub-*

*blicizzato!) è sintomo di po-
vertà culturale e soprattutto
spirituale. Mi creda, meglio
nella stessa scuola il ghetto
gioioso dei "poveri" che il
triste e spocchioso circolo
dei "ricchi"!*

 **Sintassi**

«Leggo due vostri titoli: "Se la vita sul pianeta è messa a rischio", e "Se il mondo si scioglie". Mi chiedo come mai anche voi – non c'è giornale che se ne

Per raccogliere questa pubblicità, s'è ora costituita una rete di collaboratori. Si tratta di cinque agenti, dal Nord al Sud della Penisola. Uno di loro si esprime così: «Sono convinta che quello che vado a proporre è uno scambio tra una somma di denaro (che sta acquistando sempre più valore) e la possibilità di veicolare un prodotto su un mezzo, *Città Nuova* rivista e sito, portatore di valori talmente alti che non hanno prezzo. Una pubblicità sulla rivista o sul web è così un valore aggiunto per l'azienda inserzionista, è un biglietto da visita, garantisce serietà. E poi ascolto il mio interlocutore. Mi interesso ai suoi prodotti ma anche ai suoi progetti, e cerco i collegamenti con i valori che permeano *Città Nuova*. Non chiudo mai la porta, offro tutte le alternative possibili (modulazione di spazi, di prezzi), perché un "no" non è mai per sempre. E neanche un "sì" è per sempre, perché un cliente acquisito va curato, va risentito dopo la pubblicazione della pubblicità per capire se c'è qualcosa che possiamo migliorare». E un altro agente, da decenni impegnato nella vendita di pubblicità, aggiunge: «Ho partecipato a diversi seminari di formazione alla vendita. Qual era ogni volta la mia sorpresa? Che in questo ambiente dove contano solo i profitti veniva insegnata quell'«arte di amare», familiare ai nostri lettori, perché elaborata da Chiara Lubich».

Anche voi, cari lettori, potete collaborare alla raccolta pubblicitaria, semplicemente indicandoci enti, imprese, istituzioni interessate alla pubblicità sul sito e sulla rivista. Contattateci su: rete@cittanuova.it

Marta Chierico

salvi – commettiate questo errore di sintassi nei vostri titoli. Abbiamo tutti studiato in terza media che un periodo non si regge se manca la principale (o reggente, appunto). I nostri alunni sono confusi: a scuola imparano una cosa, sui giornali leggono il contrario».

Un insegnante

*Grazie della sua "le-
zione". Lavorando nel
mondo dei media, noi
giornalisti siamo sottopo-
sti a un'operazione con-*

*tinua di rivisitazione del
vocabolario, della gram-
matica e della sintassi
italiani, e spesso non ci
accorgiamo dei lenti "sci-
volamenti" verso forme
e formule che una volta
venivano considerate non
corrette. E tuttavia la lin-
gua mi sembra un'entità
in continuo movimento; e
non potrebbe essere altrimenti, visto che l'uso delle
parole e delle frasi evolve
e si contamina. A "Città
Nuova", a dire il vero, cer-
chiamo di stare attenti nel*

mantenere una correttezza grammaticale e sintattica, a limitare l'uso di anglicismi, a impiegare una punteggiatura corretta. Ma non si può non stare al passo coi tempi e con l'evoluzione della lingua.

@ Il Vangelo del giorno

«Mi chiamo João, sono gesuita in formazione e studio Teologia a Roma; da qualche tempo, davanti a questo scenario di crisi permanente e di notizie pesanti che riceviamo ogni giorno dai mezzi di comunicazione, ho deciso che dovevo almeno finire il giorno con buone notizie. E ho incontrato nel vostro libricino *Il Vangelo del giorno* il modo concreto di farlo. Mi colpiscono in particolare i testimoni e l'esperienze lì condivise: sono piccoli semi di luce e speranza che nutriscano la fede e la carità».

João Delicado – Roma

✉ I nostri magnifici lettori

«Anni fa ebbi modo di conoscere la rivista e mi abbonai ben presto perché rimasi affascinata dal vostro modo neutrale di dare notizia, con semplicità, senza sottofondi di parte. Ciò mi ha fatto trovare nelle vostre pagine tante cose a me care e confermare le mie idee (ho 95 anni) su tante esperienze fatte in questa lunga vita di madre, nonna e bisnonna».

Elisa Stoppoloni – Roma

«Sono una suora canossiana. Trovo *Città Nuova* sempre più ben fatta, ricca di solide notizie, spunti di meditazione e di ogni cosa bella. È letta con interesse anche dalla mia comunità che beneficia di questo dono».

Sr. Giulia Ferrario
Milano

«Troppa bella la vignetta sulle agende! Le vignette sono una mia passione, perché mi piace ridere – fa bene alla salute – e perché credo che sia una grande forma di altruismo far ridere o sorridere il prossimo. Inoltre le vignette hanno il pregio di comunicare grandi cose. Sedini è il mio vignettista preferito!».

Rosetta Ambroso

«Sempre più riviste sono attente all'ecologia non solo per i contenuti che trattano, ma anche per il tipo di carta e le tecniche di stampa utilizzate. In *Città Nuova* è evidente un pensiero attento alla sostenibilità ambientale; a che punto siete con questo aspetto nella stampa della rivista?».

Tommaso Danovaro
Genova

«Oggi ho rinnovato l'abbonamento a *Città Nuova* perché apprezzo molto lo sforzo editoriale di questi ultimi anni. Sono sempre rimasto in contatto attraverso il vostro sito web e ne ho potuto seguire la maturazione e l'apertura verso i social network. Vi faccio i complimenti per il modo

con cui affrontate le tematiche complesse e importanti relative a lavoro, ambiente e beni comuni: si cammina assieme in modo critico ma costruttivo».

Domenico – Palermo

«Vorrei ringraziarvi per i magnifici articoli sportivi che scrivete su *Città Nuova*. Li ritengo ben definiti in termini di immagini e contenuti, espressi con competenza (obiettività, chiarezza, precisione), in grado di illustrare le due facce della medaglia del mondo sportivo».

Gianluigi De Santis
Troia (FG)

Eh sì, in redazione giungono spessissimo lettere che, da sole, basterebbero a giustificare le tante fatiche che si fanno per portare avanti la rivista. Complimenti e applausi, ma anche riserve e suggerimenti. Di ognuna delle vostre lettere cerchiamo di tener conto e, se possibile, di applicare certi suggerimenti. Sulla carta la questione è aperta: purtroppo quella riciclata è, a parità di resa, più costosa di quella normale patinata, e attualmente non possiamo permettercela. Ma vediamo un po' cosa accadrà in futuro.

Colgo anche questa occasione per ringraziare pubblicamente la buona volontà di chi scrive di sport su "Città Nuova", sia sulla carta che sul web, con una dedizione e una passione che si trasmette anche ai lettori.

DIRETTORE RESPONSABILE

Michele Zanzucchi

DIREZIONE e REDAZIONE

via degli Scipioni, 265 | 00192 ROMA
tel. 06 3203620 r.a. | fax 06 3219909
segr.rivista@cittanuova.it

UFFICIO ABBONAMENTI

via Pieve Torina, 55 | 00156 ROMA
tel. 06 3216212 - 0696522200 | fax 06 3207185
abbonamenti@cittanuova.it

EDITORE

CITTÀ NUOVA della P.A.M.O.M.
Via Pieve Torina, 55 | 00156 Roma
tel. 06 3216212 - 0696522200 | fax 06 3207185
C.F. 02694140589 P.I.V.A. 0103421002

DIRETTORE GENERALE

Danilo Virdis

STAMPA

Tipografia Città Nuova
Via Pieve Torina, 55 | 00156 Roma
tel. 066530467 - 0696522200 | fax 063207185

Tutti i diritti di riproduzione riservati a Città Nuova. Manoscritti e fotografie, anche se non pubblicati, non si restituiscono.

ABBONAMENTI PER L'ITALIA

Tramite versamento su ccp 34452003
intestato a: Città Nuova
o tramite bonifico bancario presso:
Banco di Brescia spa
Via Ferdinando di Savoia 8
00196 Roma | cod. IBAN:
IT38K03500032010000000017813
intestato a: Città Nuova della P.A.M.O.M.

Annuale: euro 48,00

Semestrale: euro 29,00

Trimestrale: euro 17,00

Una copia: euro 2,50

Una copia arretrata: euro 3,50

Sostenitore: euro 200,00.

ABBONAMENTI PER L'ESTERO

Solo annuali per via aerea:
Europa euro 77,00. Altri continenti:
euro 96,00. Pagamenti dall'Estero:
a mezzo di vaglia postale internazionale
intestato a Città Nuova,
via Pieve Torina, 55 - 00156 Roma.
o tramite bonifico bancario presso:
vedi sopra come per abbonamenti Italia
aggiungere cod. Swift BCABIT21XXX

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati forniti dagli abbonati e la possibilità di richiederne gratuitamente la rettifica o la cancellazione ai sensi dell'art.7 del d.leg.196/2003 scrivendo a Città Nuova Ufficio abbonamenti via Pieve Torina, 55 - 00156 Roma.

Città Nuova aderisce al progetto  per una Economia di Comunione

ASSOCIATO ALL'USPI 
UNIONE STAMPA PERIODICA ITALIANA

Autorizzazione del Tribunale di Roma n.5619
del 13/1/57 e successivo n.5946 del 13/9/57

Iscrizione R.O.C. n. 5849 del 10/12/2001

La testata usufruisce dei contributi diretti
dello Stato di cui alla legge 250/1990