

La filosofia di un giornale – si sa – può essere confessionale o laica, cattolica o liberale, conservatrice o progressista, chiusa o aperta, integrata o apolitica, rigida o problematica, eccetera, eccetera. Si tratta di scegliere (secondo coscienza e calcolo e con sufficiente chiarezza) quella più conforme alla propria immagine editoriale e alla propria vocazione personale. Una volta fatta la scelta, poi, il problema – come imporla con successo a una fascia di pubblico più ampia possibile. E qui entriamo nel campo della “cucina” giornalistica, bassa o alta che sia.

Anzitutto: per chi scrivere? A quale pubblico rivolgersi? Dalla scelta del pubblico dipende infatti anche quella dei temi da trattare e del modo in cui trattarli, a un pubblico che, per usare una sgualcita ma intramontabile definizione di marketing, chiameremo medio-basso, sarebbe inutile oltre che poco proficuo offrire un *pensum* di Enrico Filippini sugli effetti perversi del minimalismo filosofico o un *reportage* di Alberto Arbasino dagli scantinati del Mus e d'Orsay; mentre – da presumere che avrebbe discreta accoglienza il riassunto in termini ultradivulgativi dell'ultimo manuale di bricolage, o un breve rapporto sulla cura della pertosse, e perfino un *digest* della biografia di Karen Blixen, quella del film *La mia Africa*. Formule tutte piuttosto corrive, repute molto efficaci per agganciare il mitico “grande pubblico”.

C'è però il fatto che il grande pubblico, a tutt'oggi, è piuttosto restio alla lettura. Si tratti di testi sul teatro o sulle arti figurative, sulla scienza o sulla letteratura, sulla politica internazionale o su quella interna, il grande pubblico non ci sta più di tanto. Conseguenza: se si ha intenzione di promuovere seriamente cultura attraverso i giornali, occorrerà puntare sul cosiddetto lettore medio-alto. Il quale lettore medio-alto è portato a vedere se stesso come una stratosferica *upper-class*, dai gusti fini e dall'intelligenza rara, e insomma – un cliente tutt'altro che facile da gestire, per almeno due ragioni principali.

In primo luogo perché è molto goloso di novità culturali ma