

## Parte Seconda

# **LA STAMPA ITALIANA ALL'ESTERO**

**Bisogni, rivendicazioni, prospettive**

**Lista dei giornali italiani all'estero**

*Una illustrazione del dibattito che in questi ultimi anni ha caratterizzato il tema dei mezzi di comunicazione italiani che operano all'estero integrata da una ricerca effettuata tramite questionario inviato a 100 testate dell'emigrazione e corredata dalla lista aggiornata delle testate italiane all'estero*

## **INDICE**

<b>PREMESSA</b>	<i>Pag.5</i>
<b>L'INDAGINE E IL DOSSIER</b>	<i>Pag. 7</i>

### ***CAPITOLO I***

#### **LA CONFERENZA MONDIALE PER UNA POLITICA DELL'INFORMAZIONE ITALIANA ALL'ESTERO: 1996**

<i>La promozione dell'immagine dell'Italia</i>	<i>Pag.8</i>
<i>L'informazione di ritorno</i>	<i>Pag.10</i>
<i>Riflessioni critiche e dubbi</i>	<i>Pag.12</i>
<i>Il futuro dei media italiani all'estero</i>	<i>Pag.13</i>
<i>Le proposte per il rilancio dei micromedia italiani all'estero</i>	<i>Pag.14</i>
<i>I documenti specifici dei gruppi di lavoro</i>	<i>Pag.18</i>

**STAMPA  
RADIO  
TELEVISIONI**

### ***CAPITOLO II***

#### **IL CONVEGNO: ITALIANI NEL MONDO, UNA RISORSA PER L'INFORMAZIONE (2000)**

<i>Finanziamenti adeguati ai giornali</i>	<i>Pag.22</i>
<i>Riconoscere anche radio e televisione</i>	<i>Pag.23</i>
<i>La novità di Internet</i>	<i>Pag.23</i>
<i>Promuovere l'informazione di ritorno</i>	<i>Pag.24</i>
<i>Diversificare le agenzie di stampa</i>	<i>Pag.24</i>

## **IL DIBATTITO**

*Il rapporto tra globalizzazione e italianità* Pag.25

*I finanziamenti* Pag. 27

*I bisogni e il ruolo* Pag. 30

*Le nuove tecnologie, la lingua e l'informazione di ritorno* Pag. 36

### ***Alcuni interventi***

**Bruno Zoratto** *Presidente della Commissione Informazione e Comunicazione del CGIE*

*Cosa è stato fatto fino ad oggi per l'informazione italiana all'estero?* Pag. 41

**Padre Graziano Tassello**, *Presidente della Commissione Scuola e Cultura del CGIE*

*Il ruolo della stampa di emigrazione* Pag. 49

*Il ruolo della stampa cattolica di emigrazione* Pag. 51

**Elio Carozza**, *presidente della Commissione Stato, Regioni, CGIE*

*Una leva strategica per il "Sistema Italia" sul piano internazionale* Pag. 52

*Informazione di ritorno* Pag.53

## **I DOCUMENTI DELLE PRECONFERENZE CONTINENTALI**

*Illustrazione del Documento del Gruppo di Lavoro Informazione della Preconferenza per l'America Latina tenutasi a Montevideo, 28-29 settembre 2000* Pag.57

*Illustrazione del documento del Gruppo di Lavoro Informazione della Preconferenza per l'Europa tenutasi a Berlino, 16-17 novembre 2000* Pag.62

*Illustrazione del documento del Gruppo di Lavoro Informazione della Preconferenza per l'Africa tenutasi a Pretoria, 30 novembre – 1 dicembre 2000* Pag.65

### **CAPITOLO III**

***L'INDAGINE TRAMITE QUESTIONARIO*** Pag.67

LE RISPOSTE DEI MASS MEDIA ITALIANI ALL'ESTERO Pag.69-120

### **CAPITOLO IV**

***L'INDAGINE TRAMITE QUESTIONARIO*** Pag.121

LE RISPOSTE DI ESPONENTI DELLA COMUNITA' ITALIANA ALL'ESTERO Pag.121-127

## **ALLEGATI**

***La lista dei giornali italiani all'estero*** Pag.128

# LA STAMPA ITALIANA ALL'ESTERO: BISOGNI, RIVENDICAZIONI, PROSPETTIVE

## PREMESSA

Sono quasi 400 (la maggior parte iscritte alla FUSIE) le testate della stampa italiana edita all'estero in oltre 20 Paesi e in 4 continenti: uno storico e prezioso tessuto informativo ma anche un veicolo di identità, di coesione e di promozione culturale. Altrettanto numerose sono le radio e le televisioni in lingua italiana che operano nei Paesi di emigrazione. Circa 50 sono i giornali per l'emigrazione editi in Italia.

La FUSIE (Federazione Unitaria Stampa Italiana all'Estero), con il patrocinio e il contributo del CNEL, ha ritenuto opportuno realizzare un'indagine statistica e sociologica del complesso e multiforme mondo dei mezzi di comunicazione italiani presenti all'estero (stampa e audiovisivi) in questo momento storico caratterizzato da profondi mutamenti nella vita e nell'evoluzione delle nostre collettività.

Ritenuta una ovvietà che i mezzi di comunicazione italiani all'estero hanno ancora un importante ruolo da svolgere, l'interrogativo principale al quale abbiamo cercato di dare una risposta con la nostra indagine riguardava piuttosto le loro esigenze reali e la capacità dei mass media di adattarsi, convertirsi, rinnovarsi, e quindi valorizzarsi, rispetto alle sfide presenti e future.

Sfide che sono *scientifiche* - l'introduzione di tecnologie sofisticate (la rete web o le comunicazioni satellitari) - *politiche*, il fenomeno della globalizzazione; *sociali* - la grave crisi economica che attanaglia i Paesi del Sud America dove vivono milioni di italiani o l'inarrestabile emancipazione delle comunità emigrate caratterizzata dalla pressante richiesta di un salto di qualità delle politiche dello Stato italiano a favore del mondo dell'emigrazione; *culturali*: la estesa richiesta di una maggiore e migliore diffusione della lingua e della cultura italiane nel mondo; - ed infine *socio-demografiche* come l'ingresso nello scenario dell'emigrazione di nuovi soggetti - i giovani delle

terze e quarte generazioni, i piccoli e medi imprenditori, il personale qualificato al seguito delle imprese italiane, intellettuali e nuove figure di emigranti con le più svariate qualificazioni -.

Sono queste le importanti questioni che rilanciano e possono valorizzare, se si ha l'intuizione di coglierne il significato, la rappresentatività informativa e culturale dei mass media di emigrazione. Sono questioni attuali e imprescindibili dalle quali nasce l'esigenza di un nuovo ruolo, di un nuovo tipo di informazione adeguato a riflettere le trasformazioni in corso e ad accompagnare e sostenere efficacemente il rilevante contributo degli italiani all'estero alla cultura, alla economia, all'industria, al commercio, alla scienza mondiali.

Queste importanti problematiche sono state oggetto di un dibattito che negli ultimi anni ha affrontato temi pragmatici come l'imprescindibilità di adeguati finanziamenti ecc, ma anche riflessioni concettuali sul ruolo, utilità, trasformazioni in atto, capacità di rinnovarsi e/o riconvertirsi. Un dibattito che ha offerto i suoi momenti più rilevanti e stimolanti nella Conferenza mondiale per una politica per l'informazione italiana all'estero svoltasi a Milano nel 1996 (e nei relativi convegni preparatori di New York, San Paolo e Berlino) e nel Convegno "Italiani nel mondo: una risorsa per l'informazione" tenutosi a Roma nel 2000 in collegamento con la Prima Conferenza degli Italiani nel Mondo.

### **L'INDAGINE E IL DOSSIER**

**In questo Dossier predisposto dalla FUSIE con il patrocinio e il contributo del CNEL, abbiamo cercato di illustrare in maniera chiara e sintetica i temi affrontati dal dibattito, cercando di cogliere dagli Atti di**

**Conferenze e Convegni** gli elementi più significativi al fine di tratteggiare un quadro completo e accurato dei bisogni, delle rivendicazioni e delle prospettive dei mezzi di comunicazione italiani all'estero.

**Abbiamo inoltre offerto una più attuale raffigurazione di problemi, rivendicazioni e sfide, attraverso la somministrazione di 100 questionari ad altrettanti operatori del settore all'estero e l'effettuazione di una serie di interviste a testimoni privilegiati del mondo della cultura e dell'associazionismo.**

**Per quanto concerne le emittenti radiofoniche-televisive e i siti web, la FUSIE sta lavorando alla istituzione di un Albo ufficiale di testate aderenti, al fine di offrire una sede formale di rappresentanza a realtà attualmente escluse da ogni riconoscimento istituzionale ed economico. Per questo motivo ci riserviamo quindi di presentare un elenco aggiornato e completo di testate con i requisiti tecnici e professionali per poter usufruire di interventi legislativi e amministrativi a favore dell'informazione italiana all'estero.**

## ***CAPITOLO I***

### ***LA CONFERENZA MONDIALE PER UNA POLITICA DELL'INFORMAZIONE ITALIANA ALL'ESTERO: 1996***

#### ***La promozione dell'immagine dell'Italia***

Le indicazioni emerse dalla Conferenza mondiale per una politica dell'informazione italiana all'estero svoltasi a Milano nel 1996 furono il

risultato di un dibattito sviluppatosi in tutti i Paesi di emigrazione in seguito agli importanti convegni di New York, San Paolo e Berlino, che avevano reso possibile un'ampia e approfondita ricognizione e riflessione sul tema dell'informazione e dei mezzi di comunicazioni italiani nel mondo, *con particolare attenzione anche alle nuove dinamiche della rivoluzione multimediale.*

La Conferenza mondiale voleva rappresentare un momento di sintesi e di proposta per una politica organica sull'informazione estera dell'Italia.

Nel corso dei Convegni continentali preparatori si era rilevata una accresciuta domanda di informazione e di collegamento culturale con l'Italia nella chiara consapevolezza del valore delle radici e delle necessità di una precisa conoscenza di una realtà italiana autentica, non più filtrata secondo i modelli di giudizio dei Paesi di accoglienza.

Vi era d'altra parte anche un interesse nazionale ad attivare questo collegamento informativo, favorendo la trasformazione degli italiani nel mondo da punti di riferimento passivi e lontani in protagonisti dinamici della cooperazione dell'Italia con i Paesi di emigrazione, capaci di promuovere l'immagine dell'Italia come grande patrimonio di cultura e civiltà, come risorsa di umanità e per l'umanità.

Si era affermata la convinzione, anche da parte di Governi e istituzioni, di coniugare due esigenze: il superamento di culture e di modelli assistenzialistici che rischiavano di ridurre l'autonoma iniziativa di esperienze locali e al tempo stesso la creazione di correttivi ad una "globalizzazione selvaggia" del sistema informativo, sostenendo strumenti – come appunto i mass media italiani all'estero – necessari per affermare l'identità culturale.

In altre parole finalmente lo Stato italiano, come sottolineava lo stesso Ministro degli Esteri Lamberto Dini nel suo intervento alla Conferenza, cominciava a considerare “i cinque milioni di cittadini con passaporto italiano e altre decine di milioni di uomini e di donne di origine italiana che vivono in ogni Continente, una straordinaria risorsa dell’Italia; un patrimonio di esperienze individuali e collettive, di conquiste, di realizzazioni e di sapere, di relazioni umani e sociali che hanno contribuito a far conoscere, apprezzare e rispettare l’Italia nel mondo”.

In questo quadro e al fine di raggiungere tali obiettivi, assurgevano a protagonisti – nelle analisi della Conferenza – i media italiani all’estero, che avevano svolto e svolgevano un ruolo fondamentale come portavoce della varie comunità, e, talvolta, avevano anche supplito a carenze di informazione dei media nazionali.

Lo stesso Governo quindi – tramite il Ministro degli Esteri – sosteneva che la valorizzazione di tali media richiedeva una revisione della normativa vigente che avesse tra l’altro previsto l’estensione dei contributi della Presidenza del Consiglio dalla carta stampata anche ai mezzi di informazione radiotelevisivi e che comunque incentivasse l’innovazione e il consolidamento delle testate e del settore audiovisivo.

Il Ministero degli Esteri, da parte sua, si impegnava ad adottare ogni possibile iniziativa diretta a rafforzare i media italiani all’estero, a promuovere la loro integrazione e il collegamento con la stampa locale e a coordinare le iniziative di supporto.

## **L’informazione di ritorno**

Un ulteriore tema della Conferenza è stato quello della domanda (presunta?) da parte dell’Italia di informazione di ritorno sugli italiani nel mondo. Si è affermato che quanto più agevole e intensa diviene la circolazione delle idee e delle persone, tanto maggiore è l’esigenza e l’utilità sociale di informazioni esaurienti e articolate sulle attività delle nostre collettività all’estero, sul loro

contributo alle società di accoglimento, sull'irradiamento socio-culturale da esse rappresentato.

Fino ad ora, è stato sostenuto, l'impegno istituzionale per mantenere vivi i legami con gli italiani all'estero si è esaurito quasi esclusivamente nel far pervenire loro un flusso di informazioni unidirezionali, mentre ci si è occupati pochissimo di promuovere l'informazione che abbia un percorso inverso, quello cioè che, partendo dalle realtà del mondo dell'emigrazione sia diretto alle istituzioni e all'opinione pubblica nazionali. In altre parole gli italiani in Italia soffrono una ingiustificabile ignoranza circa la realtà vera e attuale delle condizioni sociali, economiche e culturali del complesso e variegato mondo degli italiani all'estero.

Occorreva quindi un flusso costante e non episodico di informazione reciproca, un dialogo reale che fondi e alimenti una cultura dell'appartenenza ad una tradizione, ma anche a un presente non fatto di nostalgia e di incomprensioni, ma di partecipazione responsabile a un comune processo di sviluppo, al quale nessuna della due parti debba sentirsi estranea. Un processo dal quale la comunità nazionale non potrà che trovare, oltre alla soddisfazione di esigenze di carattere morale, anche benefici di carattere civile ed economico, poiché gli italiani all'estero potranno essere i naturali interpreti e moltiplicatori di quel complesso di valori e di proposte che l'Italia è senz'altro in grado di mettere in campo per rispondere alla sfida della modernità.

L'obiettivo quindi – si è evidenziato nel corso della Conferenza - deve essere quello di giungere a una raffigurazione ampia, differenziata, convincente, della storia di integrazione e di affermazione individuale e collettiva degli italiani nel mondo , con i relativi problemi ma anche con i tanti positivi riscontri, in modo che si riattivi un circuito di relazioni, culturali e linguistiche, economiche e commerciali sin qui trascurato nelle sue immense potenzialità.

Oramai sembrava evidente che nel mondo contemporaneo (e sempre più in quello futuro prossimo), il legame e l'interdipendenza tra senso di appartenenza, cultura, "business" e, quindi, comunicazione, stava diventando sempre più forte.

Questo spostamento dell'angolo di visuale e l'adozione di un punto di vista non più imperniato solo sul nesso centro-periferia ma su un rapporto paritetico e bidirezionale segnalavano una inversione di marcia (vedremo poi come nella 1<sup>a</sup> Conferenza degli Italiani nel mondo del 2000 si comincerà addirittura a parlare di informazione "circolare", marcando un'ennesima evoluzione analitica).

Emergeva quindi, nel dibattito che portò alla Conferenza del 1996, la consapevolezza (forse anche l'orgoglio) dei discendenti degli italiani all'estero di essere portatori di una nuova e specifica identità legata certo alla storia e alla tradizione italiane, ma frutto di una chiara autonomia in grado di garantire quale dialogo a distanza da cui tanti benefici per tutti potrebbero scaturire.

*La presa di coscienza di questo stato di cose sembrava costituire il tratto caratterizzante della fase storica, coincidente con la Conferenza di Milano, che l'informazione italiana all'estero stava attraversando.*

Anche le istituzioni italiane e, ma solo in parte, la società italiana si stavano insomma rendendo conto del potenziale rappresentato dalle capacità e dalla voglia di comunicare con l'Italia che milioni di italiani sparsi nel mondo manifestavano, per dare una voce globale e concretamente fruibile alla cosiddetta "italianità".

#### Riflessioni critiche e dubbi

Non mancarono tuttavia nel corso della Conferenza riflessioni critiche e dubbi sul futuro dell'informazione italiana all'estero.

Saranno capaci – ci si chiedeva – i mezzi di comunicazione italiani all'estero di adeguare il loro ruolo alla inarrestabile rivoluzione elettronica e telematica del mondo dell'informazione? Avranno le risorse economiche e la capacità imprenditoriale di aggiornare i loro strumenti di lavoro e di comprendere le nuove esigenze delle collettività italiane?

Esiste effettivamente un comune denominatore dell'italianità? Quale è effettivamente il grado interesse degli italiani all'estero per i media italiani che operano localmente? Esiste un'utenza degli italiani all'estero in quanto tale o piuttosto una serie di mini-utENZE divise geograficamente, culturalmente, socialmente e professionalmente?

C'è in Italia un interesse reale per l'informazione di ritorno o siamo di fronte a un tentativo disperato di riconversione mirato alla sopravvivenza? Esiste ancora, soprattutto, giunti alla quarta generazione di figli di emigrati, di una informazione ad hoc, quasi ghettizzata, per gli italiani all'estero?

Lo stesso Presidente del CNEL, Giuseppe De Rita, con estremo realismo scuoteva la Conferenza rilevando che il secolo stava terminando con scarse possibilità che gli italiani nel mondo restino agganciati al loro Paese attraverso la sola dimensione della Patria nel suo complesso, "Patria che non gode di un'immagine straordinaria nel mondo" e della piccola Patria etnica, che può ancor andare bene in seconda generazione ma non per la quarta generazione che deve invece trovare degli *appeals*, degli agganci, dei richiami, che non siano di pura etnia.

De Rita affermava, con un discorso che alcuni consideravano troppo radicale, che non si doveva gestire soltanto l'aspetto dell'inerzia dinamica degli ultimi cinquant'anni, ma si doveva cominciare a ragionare in termini di offerta di un tipo di informazione che non sia soltanto delegata a coloro i quali confermano la dimensione etnica regionale o patriottico-nazionale. Altrimenti

l'informazione italiana all'estero sarebbe destinata al residuo, a morire poco a poco, con la derubricazione del suo messaggio all'italianità stereotipata.

### *Il futuro dei media italiani all'estero*

Quale futuro quindi per i mass media italiani all'estero? Per milioni di italiani (soprattutto giovani) che chiedono informazioni, vogliono venire in Italia, comprano libri italiani, interpellano biblioteche italiane tramite il sito internet e seguono una sorta di doppio binario: la specificità funzionale e l'interattività strumentale. Certamente – sottolineava De Rita – il messaggio unidirezionale (l'Italia che parla ai suoi vecchi concittadini, ai suoi emigranti, le Regioni ai loro migranti) assume oggi minore importanza.

Esiste invece una grande necessità di innovare, sia lo strumento che il messaggio. Il cambiamento degli strumenti verso una maggiore interattività individualizzata e il cambiamento dei contenuti verso una maggiore specificità funzionale. In altre parole maggiore spazio alle innovazioni tecnologiche, come internet e la multimedialità per esempio, strumenti che sono sempre più individualizzati, interattivi e globali e maggiore spazio all'informazione specialistica che non tratti più in maniera astratta e retorica di italianità o di regionalità ma sappia comunicare in maniera funzionale e specifica le conquiste culturali, scientifiche, sociali dell'Italia.

E' convinzione diffusa, e non solo ovviamente per motivi autoreferenziali, che i media italiani all'estero possono continuare a essere importanti strumenti della comunicazione locale a condizione che sappiano rinnovarsi.

### *Le proposte per il rilancio dei micromedia italiani all'estero*

Per il loro sviluppo – come indicava testualmente il documento finale della pre-conferenza di Berlino del 1995, ripreso poi dalla Conferenza di Milano - è necessario articolare un progetto politico che valorizzi e incentivi le risorse migliori nella direzione di un adeguato aggiornamento tecnologico, di

maggior professionalità giornalistica, di più mercato con migliori condizioni di produzione e distribuzione.

Indispensabile a questo obiettivo è la creazione di un organismo di tutela e di rappresentanza di tutti i media italiani nel mondo, autorevole e funzionale, aperto alle diverse categorie professionali dell'informazione italiana all'estero (editori, giornalisti della carta stampata e dei programmi radio-televisivi, creativi pubblicitari, addetti alle pubbliche relazioni, etc.) che rilanci, qualifichi, accresca il ruolo della FUSIE e che sappia:

- instaurare un dialogo costante con le istituzioni pubbliche italiane e quelle dei Paesi di accoglimento, e con le organizzazioni nazionali di categorie (in Italia la FNSI, l'Ordine dei giornalisti e l'USPI);
- favorire il riconoscimento professionale e giuridico-previdenziale degli operatori addetti;
- promuovere forme di cooperazioni editoriali, giornaltiche e commerciali tra testate omogenee;
- avviare una iniziativa consortile mirata alla raccolta di pubblicità istituzionale e commerciale, sulla base di una serie verifica di tiratura, tipologia e incidenza;
  
- coinvolgere le amministrazioni regionali, che sono in grado di dare un supporto consistente al settore informativo-promozionale;
- utilizzare la pluriennale esperienza dell'associazionismo degli italiani all'estero.

Nel corso delle Conferenze di San Paolo, New York e Berlino e Milano, era stato rilevato come per un serio progetto di rilancio dei micromedia italiani all'estero sarebbero stati necessari un nuovo metodo e nuovi principi ispiratori. Il progetto avrebbe dovuto essere elaborato dalle autorità competenti ed in particolare dalla Presidenza del Consiglio che con le

convenzioni dispone di uno strumento importante per orientare il futuro della comunicazione d'Italia fuori d'Italia – ma coinvolgendo in forma istituzionale, e non soltanto episodica, le diverse categorie professionali del settore sia nella fase di progettazione, che di esecuzione e di successiva verifica. Allo Stato, oltre che ai contributi finanziari, di cui si chiedeva in ogni caso un adeguato aumento, i micromedia richiedevano un ben più consistente impegno per servizi di avanguardia che evitassero sprechi e stimolassero innovazione. Alle agenzie specializzate per gli italiani all'estero – si sosteneva – dovrebbero essere estese tutte le agevolazioni previste per le grandi agenzie nazionali.

Il sostegno pubblico veniva ritenuto indispensabile per rendere, fra l'altro, possibili forme di simbiosi tra il settore della carta stampata e quello dell'informazione radio-televisiva. Le Conferenze rilevavano la grave difficoltà di sopravvivenza in cui si trovavano (trovano) parecchi dei programmi radiofonici e televisivi italiani all'estero. Si notava come anche questi programmi, per lo più ospitati da emittenti dei Paesi di emigrazione, se redazionalmente aggiornati e opportunamente potenziati, potranno continuare a svolgere un ruolo importante: se non altro per tutelare l'identità delle minoranze e per promuovere, con l'informazione locale e settoriale, la lingua, la cultura e l'immagine dell'Italia.

In particolare, la risoluzione finale della Conferenza mondiale per una politica dell'informazione italiana all'estero di Milano raccoglieva le indicazioni fornite dalla Conferenze preparatorie, dalle varie comunicazioni e dal ricco dibattito sviluppatosi. Si evidenziava come l'Italia debba inserirsi da protagonista nella sfida globale della comunicazione, presentando al meglio le proprie realtà attuali al fianco del suo patrimonio politico-storico-culturale. Una efficace proiezione dell'immagine dell'Italia all'estero – si legge nella risoluzione – costituisce infatti un interesse prioritario per il Paese stesso e per tutte le sue comunità nel mondo. In questo quadro assume particolare

valore la presenza dei Comites e delle associazioni e il coinvolgimento attivo delle nostre comunità alle quali si deve riconoscere il ruolo di insostituibili risorse economiche, culturali e sociali, e di fattori della politica estera dell'Italia anche in virtù del crescente peso assunto in tutti i campi dell'essere e dell'agire nei rispettivi Paesi di accoglimento.

La Conferenza riconosceva che la ricca rete di testate della stampa scritta e audiovisiva che fa riferimento alle comunità italiane ed è prodotta in Italia e all'estero, costituisce un prezioso punto di riferimento sia per l'informazione che fornisce sia per i vincoli di solidarietà e di coesione che favorisce. La Conferenza ribadiva inoltre l'esigenza di attuare fra le "due Italie" una seria strategia della conoscenza reciproca, che da un lato diffonda fra le comunità all'estero e nei Paesi di insediamento – anche con l'uso delle lingue locali – l'informazione più autentica e completa sull'Italia, e dall'altro presenti all'opinione pubblica italiana un'immagine dei connazionali nel mondo che, superando vecchi stereotipi e facili generalizzazioni, ne rifletta la ricchezza di esperienze e il contributo in termini di progresso e di civiltà. Veniva inoltre sottolineato il concetto che lo sviluppo di un'informazione aperta alle esigenze delle diverse comunità deve saper temperare l'attenzione all'attualità della notizia con il recupero dei valori e la diffusione della lingua e della cultura italiane. Ciò sembra apparire essenziale per una più matura integrazione delle nuove generazioni anche attraverso un accresciuto senso di identità culturale nazionale, rendendole così vitali strumenti di interscambio e di cooperazione.

Al fine di raggiungere gli obiettivi enunciati, la Conferenza impegnava il Governo e il Parlamento italiani alla definizione di una politica organica dell'informazione estera dell'Italia e all'adozione degli strumenti legislativi e finanziari necessari a ricondurre ad unità gli interventi richiesti a fronte dell'esigenza irrimandabile della globalizzazione dell'informazione nazionale

come mezzo per rafforzare la propria presenza, anche economica e commerciale.

Un richiamo, piuttosto marginale, veniva anche fatto alle Regioni italiane delle quali si valutava con grande interesse le iniziative promosse nel campo dell'informazione impegnandole tuttavia a sviluppare progetti operativi in un quadro di effettivo coordinamento.

Il documento, dopo aver ritenuto che l'azione delle istituzioni centrali, regionali e locali avrebbe dovuto mirare alla razionalizzazione delle iniziative, alla creazione di sinergie tra pubblico e privato, alla sensibilizzazione delle grandi testate della stampa scritta e audiovisiva, alla disponibilità di supporti tecnologici e pubblicitari a favore dei media italiani all'estero, - in una prospettiva di sempre più stretti raccordi con i grandi media nazionali ed esteri - e ad una diretta partecipazione delle rete internazionale delle *business communities*, concludeva esortando e dando mandato al CGIE (Consiglio Generale degli Italiani all'Estero) di farsi carico della realizzazione delle richieste avanzate dalle Conferenze e di attivare, in collaborazione con gli organismi competenti, appropriati meccanismi di monitoraggio.

### *I documenti specifici dei gruppi di lavoro*

#### STAMPA

Nelle sue conclusioni generali, il documento finale del gruppo di lavoro sulla stampa indicava l'urgenza assoluta di un progetto globale in cui il momento istituzionale avesse fornito degli strumenti, non solo finanziari, per garantire il livello di informazione; la necessità di ampliare significativamente il contributo previsto dalle legge per l'editoria per l'estero e di inserire le iniziative multimediali nel novero delle testate da finanziare.

In particolare il gruppo di lavoro per la stampa chiedeva un rinnovato e forte impegno politico verso i seguenti obiettivi:

- attuazione del censimento delle testate giornalistiche di e per l'emigrazione, siano esse edite all'estero che in Italia;
- predisposizione e approvazione di una legge quadro per l'informazione italiana di emigrazione, che avesse tenuto conto delle funzioni dei Comites, CGIE e della FUSIE, in materia di programmazione e verifica;
- assegnazione della pubblicità istituzionale anche alle testate di emigrazione;
- creazione di una sinergia tra le testate giornalistiche e le Regioni e i relativi assessorati delegati all'emigrazione e all'informazione;
- attuazione di accordi con testate giornalistiche dei Paesi di emigrazione (con il coinvolgimento delle testate di emigrazione dell'area) per la pubblicizzazione e diffusione di notizie che riguardano l'Italia e le sue comunità all'estero;
- monitoraggio dei servizi (agenzia di stampa e fotografiche) messi a disposizione dalle istituzioni italiane per la stampa di emigrazione al fine di migliorarne la qualità e l'utilità.

#### RADIO

Il gruppo di lavoro per le Radio evidenziava la necessità di caratterizzare professionalmente l'informazione per le comunità italiane all'estero

proponendo di istituire un Albo dei giornalisti radiofonici che lavorano nel campo dell'informazione italiana all'estero il cui riconoscimento si deve basare sugli anni di esperienza nel settore, e un'anagrafe dei sistemi radiofonici e delle radio italiane all'estero con almeno cinque anni di esistenza operativa da comprovare con idonea documentazione.

Inoltre chiedeva alle competenti autorità:

- l'intervento del CGIE per l'istituzione di associazioni di area atte a formare una Federazione;
- l'autorizzazione di RAI International alle emittenti radiofoniche per la ricezione gratuita dei notiziari e dei programmi via satellite o via internet;
- che RAI International mettesse a disposizione degli operatori un palinsesto diversificato che consideri le diverse realtà ed esigenze informative delle varie aree;
- che la RAI evitasse di favorire la distribuzione satellitare dei programmi togliendo alle emittenti locali di lingua italiana la possibilità di captare e ritrasmettere il segnale.

In particolare il Gruppo chiedeva che:

- i costi delle agenzie di stampa che forniscono servizi alle emittenti radiofoniche fossero eliminati o quanto meno ridotti notevolmente e i servizi fossero migliorati;
- la legge che prevede l'erogazione dei contributi alla stampa italiana all'estero fosse estesa anche alle radio;
- fossero organizzati stages per la formazione e l'aggiornamento anche linguistico dei giornalisti radiofonici locali;
- la pubblicità statale e regionale fosse estesa alle emittenti radio all'estero e che la RAI si impegnasse a garantire una percentuale della sua pubblicità a tali emittenti da inserire nei programmi per l'estero;

- fossero prodotti, con la collaborazione degli operatori radiofonici locali, programmi da inserire nei palinsesti italiani per promuovere la conoscenza dei Paesi di accoglienza delle comunità italiane.

## TELEVISIONI

Il Gruppo di lavoro per le TV rilevava che l'informazione non è solo essenziale per un continuo e costante aggiornamento sui fatti italiani, ma lo è soprattutto per il mantenimento e lo sviluppo della lingua e cultura italiane fuori dell'Italia e che a tal fine la televisione è il veicolo fondamentale per la sua immediatezza e attualità.

Il Gruppo di lavoro prendeva atto che la politica di RAI International, così come illustrata dai suoi gruppi dirigenti, era quella di favorire e sviluppare la presenza del segnale di RAI International per raggiungere tutte le comunità italiane sparse nel mondo, ma che purtroppo esistevano situazioni particolari che non garantivano in pieno l'effettivo raggiungimento degli obiettivi fissati, anche per gli effetti dei precedenti accordi dimostratisi fallimentari.

Si lamentava che in quel periodo nei Paesi del Centro-Sud America il segnale di RAI International giungeva con il sistema Europlus in fase di risoluzione e che gli utenti avevano sostenuto notevoli spese per ricevere il segnale con tale sistema.

Si rilevava che il Sud Africa era completamente escluso dall'allora piano editoriale di espansione di RAI International.

Il Gruppo auspicava quindi:

- che RAI International portasse a compimento i suoi programmi nei tempi e nelle forme prestabiliti;
- che nella diffusione del segnale si privilegiasse il sistema maggiormente in uso nelle varie zone con un possibile livellamento dei costi delle attrezzature e dei canoni di abbonamento;
- che nella preparazione dei palinsesti RAI International si avvalesse della collaborazione dei rappresentanti istituzionali dell'utenza estera;

- che l'informazione di ritorno fosse prodotta da RAI International in collaborazione con le strutture di produzione locale.

Il Gruppo infine chiedeva che le trasmissioni di RAI International sul satellite Intelstat-K fossero prorogate per consentire agli utenti la effettiva e pratica sostituzione del sistema; che gli utenti del sistema Europlus potessero ottenere una equa forma di indennizzo; che nella stipula dei nuovi accordi, RAI International prevedesse forme di salvaguardia a tutela degli interessi degli utenti; che il Governo italiano, considerata la imprescindibile necessità di divulgare una valida e corretta informazione, si facesse carico degli oneri indispensabili ad assicurare la obbligatorietà della informazione del servizio pubblico e una sua più vasta diffusione.

## *CAPITOLO II*

### **Il Convegno: Italiani nel mondo, una risorsa per l'informazione ( 2000)**

A circa cinque anni dalla Conferenza mondiale di Milano per una politica dell'informazione italiana all'estero, si è celebrato a Roma – nell'ambito della 1^ Conferenza degli Italiani nel Mondo (11-15 dicembre 2000) – il convegno

“Italiani nel mondo: una risorsa per l’informazione”, con la partecipazione di soggetti e operatori del settore operanti in Italia e all’estero, italiani e di origine italiana.

Il Convegno, organizzato dall’Ordine dei Giornalisti e dalla Federazione Unitaria della Stampa Italiana all’Estero (FUSIE), d’intesa con il Consiglio Generale degli Italiani all’Estero, si è svolto a Roma, al Campidoglio il 13 dicembre 2000.

Il Convegno, come recita il documento finale, è servito a ribadire per l’ennesima volta le istanze dei mass media italiani all’estero considerate imprescindibili per dare “reale visibilità alle comunità italiane nel mondo e per passare dalle parole ai fatti”.

### *Finanziamenti adeguati ai giornali*

In relazione ai giornali e ai periodici cartacei nel documento finale si sostiene che i giornali italiani nel mondo hanno innanzitutto bisogno di finanziamenti adeguati alle loro reali necessità e chiedono che l’iter procedurale per usufruire di tali finanziamenti venga snellito al fine di potervi accedere entro l’anno in cui viene presentata la richiesta. Si chiede inoltre la massima trasparenza nell’erogazione dei finanziamenti affinché sia premiata la serietà professionale degli interessati.

Al fine dell’ottenimento di eventuali crediti agevolati previsti dalla normativa si chiede l’introduzione di meccanismi adeguati per l’erogazione degli stessi anche ai giornali pubblicati nei Paesi considerati a rischio o nei quali non esiste una consistente rete di rappresentanze bancarie italiane.

E’ riproposto in questo documento finale il problema della lingua italiana che in alcune comunità rischia di diventare un fattore di allontanamento da giornali o periodici. Si chiede pertanto di prendere in considerazione queste realtà, modificando la norma secondo cui possono accedere ai finanziamenti per la stampa italiana all’estero solamente le pubblicazioni scritte in italiano, e che si accetti il bilinguismo. Nei casi in cui le comunità italiane continuino a

richiedere giornali scritti in italiano, si devono trovare giornalisti che parlino perfettamente l'italiano. Si avverte pertanto la necessità di accordi con strutture italiane, anche universitarie o para-universitarie, affinché i loro studenti possano realizzare stages e praticantato in questi giornali.

### ***Riconoscere anche radio e televisione***

Si ritiene obsoleta, in un mondo sempre più dominato dalle immagini, la normativa secondo cui i finanziamenti sono diretti unicamente alla carta stampata. Si chiede quindi che si dia il giusto riconoscimento a quanti operano nelle stazioni radio o televisive con programmi diretti alle nostre comunità.

### **La novità di Internet**

Lo stesso discorso vale per i giornali telematici, i portali e, in genere, i siti web che si rivolgono alle comunità italiane all'estero. Si chiede soprattutto che si compia un accurato monitoraggio sulla serietà e reale esistenza di questi mezzi di comunicazione, per garantire il doveroso sostegno agli operatori che offrono un servizio serio e onesto.

### **Promuovere l'informazione di ritorno**

Il documento finale del Convegno "Italiani nel mondo: una risorsa per l'informazione", ribadisce l'importanza di promuovere l'informazione di ritorno per avvicinare gli italiani nel mondo agli italiani in Italia. Solo attraverso la reciproca conoscenza – si sottolinea – si sbricioleranno i tanti muri di diffidenza e disinteresse che, a dispetto delle iniziative fino ad oggi promosse, ancora separano le "due Italie". Informazione di ritorno significherà anche offrire all'Italia una finestra sui Paesi in cui gli emigrati italiani vivono,

contribuendo a far conoscere la loro vera immagine troppo spesso percepita in maniera distorta da chi in questi Paesi non vive.

Per offrire un servizio serio il documento suggerisce di prendere in considerazione giornalisti che vivono in loco e che possono offrire la stessa serietà professionale dei colleghi italiani. A tal proposito sarebbe opportuno dare vita a una Fondazione che si ponga come punto di riferimento ed elabori progetti mirati, d'intesa con le testate italiane e con quelle italiane all'estero, in particolare nel settore della formazione e dell'informazione di ritorno.

### *Diversificare le agenzie di stampa*

Sul ruolo delle agenzie di stampa, il documento finale indica che è necessario dare il giusto rilievo e l'adeguato sostegno economico a tutte le agenzie di emigrazione, il cui lavoro è ritenuto assolutamente necessario per i mezzi di comunicazione italiani all'estero. Eventualmente – viene suggerito – si potrebbe procedere a una settorializzazione del loro lavoro per evitare ripetizioni di informazioni, ma è fondamentale garantire la loro attività. Le istituzioni competenti, pertanto, dovrebbero compiere una adeguata valutazione dei servizi che esse, diversificandosi, possono garantire alle svariate realtà degli italiani nel mondo (stampa, radio, televisioni, internet). Altresì, le Convenzioni che la Presidenza del Consiglio realizza con queste agenzie devono prevedere un monitoraggio della loro reale incisività nell'ambito della informazione italiana nel mondo.

## IL DIBATTITO DEL CONVEGNO

Un dibattito caratterizzato da forti polemiche di stampo tradizionale ma anche da proposte innovative, da un'analisi più coraggiosa e un desiderio di rimettersi in gioco accettando le sfide della modernità: le nuove tecnologie comunicative, l'informazione di ritorno, la diversificazione e specializzazione

delle agenzie, l'informazione globale e circolare, il ruolo dei soggetti emergenti dell'emigrazione, la riqualificazione degli operatori del settore, la lingua di comunicazione, la promozione culturale ed economica del sistema Italia.

Qui di seguito riprendiamo alcuni degli spunti più interessanti:

### **Il rapporto tra globalizzazione e italianità**

Nel momento in cui la globalizzazione si interroga sulla sua natura, sul non essere solo mercato, solo arido commercio, *ma anche comunicazione, cultura e valori*, l'italianità non è più sterile retorica ma una realtà più globale, più avanzata e più presente della stessa globalizzazione (*Marzio Milan, Corriere delle Sera*).

Va riconosciuta la specificità dell'editoria all'estero considerando che giornali, radio e televisioni, non solo sono mezzi di comunicazione per i nostri connazionali ma anche strumenti di diffusione della lingua e della cultura italiane (*Vannino Chiti, sottosegretario alla P. del C. con delega per l'editoria*).

La grande opportunità della ricchezza nascosta ma a portata di mano che può derivare da milioni di italiani sparsi nei vari continenti, che non soltanto si sono inseriti perfettamente nel tessuto sociale e produttivo dei Paesi di accoglienza, ma che spesso si sono affermati ai più alti livelli (*Silvano Di Marmo, presidente Ordine Giorn. Friuli*).

Il ruolo e il patrimonio della stampa periodica italiana che si pubblica all'estero è insostituibile. Oltre ad essere un fatto culturale e un fatto sociale di aggregazione, essa è strumento di collegamento, di promozione, di confronto con le istituzioni; valorizza l'italianità e la nostra cultura, la difende e la divulga, svolge un ruolo di presentazione dell'immagine dell'Italia, oltre a essere portavoce delle istanze delle fasce meno abbienti. Un patrimonio di

ricchezza che allarga la visione del mondo nelle sue diversità e realtà culturali, sociali, economiche e politiche più diverse e disparate (*Bruno Zoratto, giornalista – Presidente della Commissione Informazione del CGIE*).

Un Mondo in italiano, un patrimonio nazionale in termini di politica estera, di politica di penetrazione commerciale nel mercato mondiale, una categoria morale, sociale e culturale che non ha pari nel confronto di qualsiasi altro popolo, un Mondo fatto di 60 milioni di italiani e oriundi...una vasta comunità mondializzata per la quale l'italianità è il valore di riferimento e il fattore di riconoscimento, individui che assumono sempre più come riferimento l'elemento connettivo rappresentato dall'insieme dei valori dell'italianità (*Maria Margherita Peracchino, direttrice dell'Agenzia News Italia Press*).

La comunità italiana in tempo di e-business è un *asset* straordinario che pochi altri Paesi al mondo possono vantare. Dobbiamo fare quanto possibile, attraverso la comunicazione e l'informazione per riaggregare questa enorme *community*, darle coscienza di sé, farle riscoprire le proprie potenzialità di interazione (a volte latenti o inesprese), farla ritrovare sulla base di comuni interessi (*Armando Verde, Assocamere Estero*).

Gli italiani nel mondo non sono solo una testimonianza di italianità, ma sono sostanzialmente degli ambasciatori dell'Italia all'estero a costo nullo per la Patria di origine, capaci di influenzare scelte di mercato, scelte politiche, quindi interessi economici e politici, che a lungo sono stati sottovalutati nel nostro Paese (*Pierluigi Magnaschi, direttore dell'ANSA*).

### *I finanziamenti*

La finanziaria del 1996 ha previsto l'estensione ai quotidiani italiani editi all'estero, dei contributi previsti per la stampa italiana in Italia. Questo ha permesso alle testate periodiche all'estero di poter usufruire di un proprio

stanziamento, mentre in precedenza esso era indiviso tra periodici e quotidiani. In termini concreti, il fatto che i quotidiani italiani all'estero siano sostenuti come il resto della stampa italiana ha fatto sì che vi sia una disponibilità del 25 per cento in più a disposizione delle altre testate. Occorre procedere a una semplificazione del farraginoso meccanismo di finanziamento delle testate per l'emigrazione, snellire le procedure di verifica e giungere a una rapida erogazione dei fondi nell'interesse dei giornali e dei nostri connazionali all'estero, ma anche nel nostro interesse, perché evitare che si duplichino i controlli, consente di utilizzare meglio il personale della pubblica amministrazione (*Vannino Chiti, sottosegretario alla P. del C. con delega all'Editoria*).

Va ricordato che in Parlamento, in questo settore, giace da varie legislature un solo progetto di legge che chiede un congruo finanziamento per la carta stampata pubblicata all'estero in lingua italiana, progetto presentato dal solito parlamentare bergamasco "amico degli emigranti", che chiede un aumento di 10 miliardi (Tremaglia, ndr)...Ma quali sono dunque le iniziative rivolte a migliorare e modificare l'informazione prodotta all'interno delle collettività italiane all'estero e quella che dall'Italia si rivolge al mondo, e l'impiego adeguato e giusto delle nuove tecnologie? Il 14 marzo di quest'anno (2000, ndr) il Consiglio dei Ministri ha approvato un disegno di legge che modifica la legge sull'editoria, la 416 del 5 agosto 1981. In base alla nuova proposta di legge, i contributi a favore della stampa italiana all'estero passerebbero da 2 a 4 miliardi all'anno e il criterio della diffusione sostituirebbe quello della tiratura per la concessione della provvidenza. Così è stato detto da parte della Presidenza del Consiglio, ma in concreto non si capisce bene cosa realmente significhi...Mentre ai giornali di partito si continuano a concedere centinaia di miliardi di contributi, persino per testate inesistenti, per il patrimonio editoriale che opera all'estero nella carta stampata e negli

audiovisivi (i quali meritano lo stesso riconoscimento della carta stampata) si riservano delle briciole. Il CGIE – e anche recentemente la Commissione Informazione e Comunicazione – in più occasioni ha fatto richieste precise, chiedendo lo stanziamento di 20 miliardi annui per dare un segnale serio e concreto di considerazione, per iniziare un corso nuovo che tenga conto delle tecnologie moderne delle singole iniziative editoriali e dei progetti mirati di interscambio informatico...Il Governo, prima di presentare quel disegno di legge non ebbe né tempo né voglia di chiedere il parere del CGIE, e nemmeno quello della Commissione Informazione, per aggiornarsi sulle reali esigenze in questo complesso settore, come prescritto tra l'altro dalle legge istitutiva che prevede il parere obbligatorio (*Bruno Zoratto, giornalista e presidente della Commissione Informazione del CGIE*).

Il nostro lavoro è vocazione quotidiana, che va sostenuta da chi nel nostro Paese di origine ha il dovere di non dimenticarci. Continuiamo ad attendere di essere considerati una risorsa. Ribadisco la necessità che tutti i mezzi di comunicazione - stampa, radio, televisione – abbiano la stessa dignità e siano oggetto di medesimo trattamento (*Giuseppe Paratore, direttore del "Seminario italiano" di Rosario*).

Abbiamo riempito interi volumi nel corso degli anni, esponendo problemi e suggerendo soluzioni...manca la volontà politica di giungere a una soluzione, come del resto testimonia il fatto che un disegno di legge presentato dall'onorevole Tremaglia anni addietro dorme nei cassetti. Il Ministro degli Esteri Dini, in occasione di una visita a Buenos Aires...ebbe a dire che 2 miliardi per la stampa sono pochissimi, neppure sufficienti per le due testate di Buenos Aires. Siamo tutti investiti di problemi: anche la FUSIE da cinque anni non ha realizzato più un convegno perché le è venuta meno la sovvenzione da parte del Ministero degli Esteri che in passato, sulla base di

una convenzione, erogava 200 milioni l'anno alla Federazione (*Gaetano Cario, direttore de "L'Eco d'Italia" di Buenos Aires*).

Nella mia veste di operatore di settore attivo da 27 anni, denuncio pubblicamente che non è giusto che noi si continui ad essere cavie, esclusivamente usati, mentre il 99,9 per cento dei soldi restano a Roma. E' noto a tutti che quattro agenzie di stampa romane ricevono circa 5 miliardi l'anno, che l'ANSA riceve una gran quantità di soldi, eppure continua a inviare foto che noi puntualmente cestiniamo (*Santo Salamone, direttore de "La Pagina" di Zurigo – Svizzera*).

I "bollettini" per l'emigrazione di basano esclusivamente sul volontariato, hanno una diffusione capillare tra le comunità all'estero e svolgono un servizio di informazione e di formazione di indiscutibile valore... Condivido la proposta del Presidente della FUSIE di correlare i contributi non solo alla tipologia, ma anche alla qualità delle testate. Per questo non chiedo finanziamenti tout court ma attenzione a un progetto di ristrutturazione dell'informazione proposto da una base giornalistica motivata (*Mario Rota, giornalista, Berna*).

#### *I bisogni e il ruolo*

Cosa chiedono gli italiani che vivono il mondo? Che vengano forniti loro mezzi e riferimenti per continuare a manifestare nel mondo, nel quale sono ormai validi e attenti protagonisti, l'orgoglio di origine, di poter continuare a dire con non celata soddisfazione, come quando si parla di sport, di cinema e cultura, ma anche di cibo e di vino, che anche noi siamo italiani (*Paolo Canciani, editore del settimanale "Insieme", Toronto*).

La stampa di emigrazione non è figlia di un Dio minore. Quale è la sua funzione se non dare informazione e formazione? E' stato reso noto che fogli modesti raggiungono un gran numero di persone. E' questa stampa figlia di un Dio minore da trattare con scarsa considerazione?

E' un mezzo che crea informazione e cultura. Direi che è una stampa umile, nata dal nulla, nata per volontà della gente e sostenuta dalla gente, da quegli emigrati con i quali ha condiviso una storia di emarginazione, sfruttamento, difficoltà.

Ho scoperto un mondo che chiedeva di essere esplorato, un mondo che nasconde enormi potenzialità ma che non è conosciuto e , di conseguenza, non è tenuto nella dovuta considerazione, anche perché fa fatica a coordinarsi, e quindi a premere compatto, in particolare sulle istituzioni per realizzare i propri obiettivi.

L'emigrazione italiana non è più un fenomeno patetico, segno della inadeguatezza di una società a rispondere ai bisogni dei suoi cittadini, ma una risorsa, un incredibile fattore di potenza internazionale che può servire all'Italia e che è pronto purchè gli si diano gli strumenti adeguati a svolgere questo ruolo. L'informazione in questo contesto ha una funzione determinante, innanzitutto per promuovere questo cambiamento di ottica, non ancora condiviso dall'opinione pubblica italiana e poi perché permette di intervenire trasversalmente ...

Si pensi alla necessità di chi opera nel campo dell'informazione italiana di sprovvincializzarsi , di aprirsi al confronto con culture e stili professionali, di inserirsi nei processi di globalizzazione. Per contro si consideri la "fame" di notizie sull'Italia che caratterizza non solo le nostre comunità all'estero ma anche, per determinati settori, il più vasto pubblico straniero. Riuscire ad avviare iniziative attraverso le quali far entrare nei giornali italiani la realtà dei nostri connazionali all'estero e arricchire le testate straniere di informazioni sull'Italia, significa proiettare il discorso in una dimensione mondiale, con

positive ricadute sul sistema Italia nel suo complesso, e allargare le prospettive professionali sia per i giornalisti italiani che per quelli italiani all'estero. Va rivendicato il valore della dimensione regionale dell'informazione, come condizione non solo per accrescere i flussi informativi verso l'estero, ma soprattutto per introdurre nei giornali locali italiani un'informazione regolare, costante, non episodica circa i correzionali che stanno fuori dell'Italia.

Un altro aspetto è quello dell'attenzione da rivolgere all'informazione di carattere economico. Una migliore conoscenza delle imprese, delle attività produttive, delle risorse scientifiche e culturali che sono controllate dai nostri connazionali all'estero (e viceversa) favorisca la promozione del sistema Italia, diventi motivo di ulteriore progresso economico e alimenti flussi di scambio del tutto nuovi e impensati.

Da tenere in considerazione sono anche le scelte delle giovani generazioni che guardano all'Italia con occhi diversi dai padri o dai nonni, che valutano le potenziali risorse che hanno a disposizione nel Paese di accoglienza e i riferimenti del Paese di origine (*Laura Capuzzo, giornalista ANSA, Consigliere Nazionale dell'Ordine dei giornalisti*).

La comunicazione italiana all'estero svolge tre funzioni:

- la funzione di preservare la coesione interna delle singole comunità locali;
- la funzione di mantenere i legami con altri segmenti di diaspora;
- la funzione di mantenere i legami con il polo simbolico della diaspora, la madre Patria.

Bisogna assumere quindi come quadro di una strategia per la comunicazione per/nella/con la diaspora le tre funzioni succitate. Poiché questo sia possibile, è necessario che una strategia di comunicazione per la diaspora venga pensata aggiungendovi due elementi chiave:

- la logica della rete intesa come insieme di nodi reciprocamente interconnessi e paritari, che interagiscono ciascuno a partire dalla propria identità specifica;
- il ruolo forte dello scambio economico come canale e collante comunicativo della diaspora.

La comunità italiana in tempo di e-business è un *asset* straordinario che pochi altri Paesi al mondo possono vantare. Dobbiamo fare quanto possibile, attraverso la comunicazione e l'informazione, per riaggregare questa enorme community, darle coscienza di sé, farle riscoprire le proprie potenzialità di interazione ( a volte latenti o inesprese), farla ritrovare sulla base di comuni interessi.

Questo nuovo orizzonte, richiede un modo nuovo di concepire e realizzare l'informazione. Senza nulla togliere al valore e all'approfondimento della parola scritta, è fuor dubbio che una diaspora sopranazionale – che potremo chiamare una tribù globale – per crescere e prosperare ha bisogno di media e infrastrutture fortemente avanzati: autostrade telematiche e radio-televisioni.

Le istituzioni devono cogliere le nuove realtà e agevolarle (*Armando Verde, Assocamere Estero*).

E' enorme l'importanza strategica della stampa italiana all'estero, in particolare in Europa, anche - ma non solo – in funzione del voto all'estero, perché, per come stanno oggi le cose, siamo probabilmente gli unici in grado di favorire, una crescita politica, sociale, culturale delle minoranze italiane, assolutamente necessaria in vista del loro voto all'estero. Ma c'è sempre bisogno di dibattito politico e culturale. Non vogliamo chiedere l'elemosina, ma solo notare che si dà addirittura il caso inverso. Siamo noi a dare qualcosa all'Amministrazione: pubblichiamo gratuitamente – e lo facciamo

volentieri – annunci sui programmi spesso ottimi che realizzano gli Istituti di cultura italiani in Germania, che altrimenti non avrebbero molta visibilità.

Da noi si dibattono le prospettive dell'integrazione degli stranieri, della vicinanza tra maggioranza e minoranza; si dibattono le problematiche della scuola, la funzione delle minoranze nella scuola pubblica, da noi si sviluppa un concetto di pedagogia interculturale che in Italia è ancora nuovo, si affronta la questione della formazione professionale dei giovani stranieri, tutte problematiche che in Italia cominciano a prendere corpo (*Mauro Montanari, direttore del "Corriere d'Italia" di Francoforte*).

Mi chiedo se finora non sia stato il mondo della cultura italiana ad aver sottovalutato quello dell'emigrazione, considerandolo un fenomeno secondario, di scarso rilievo. La stessa letteratura degli italiani d'emigrazione non ha mai avuto dignità di cultura ufficiale.

La stampa d'emigrazione destinata a scomparire? I giovani non considerano che ciò che è direttamente collegato ai loro interessi di vita e di lavoro: e se non daremo loro la giusta conoscenza nell'età dell'apprendimento, non avremo possibilità di recupero. Dall'Italia deve essere avviato per piccoli passi un lavoro di formazione culturale, civile, sociale, evitando di parlare di tutto ma impostando un discorso culturale (*Vincenzo Del Vecchio, giornalista RAI*).

E' essenziale il ruolo della stampa e delle radio-televisioni locali che per essere efficaci devono essere messe in condizione di svolgere un lavoro utile. Occorre dare agli operatori dell'informazione italiana residenti all'estero un appoggio tecnico, dare loro delle istruzioni precise relative alle regole da applicare. Saranno necessarie strutture tecnico-operative (centri di informazione per attingere notizie e risolvere problemi). Ma sarà necessario anche un appoggio finanziario per far fronte alle inevitabili spese: stampa di

materiale, tempi di messa in onda, personale da assumere per lo svolgimento del lavoro destinato alla campagna elettorale, ecc.

L'utilizzazione di Internet potrebbe offrire in gran parte la soluzione dei problemi di comunicazione tra i candidati e la maggior parte dei lettori (*Gastone Ortona Orefice, giornalista, membro del CGIE*).

Le emigrate italiane all'estero chiedono informazioni più corrette nei loro riguardi, che le valorizzino come risorsa culturale, sociale, politica ed economica sparsa nel mondo, ma che mettano anche in evidenza il permanere di necessità e problemi irrisolti, che chiedono interventi urgenti in alcune parti del mondo, come ad esempio in America Latina (*Francesca Massarotto, giornalista*).

Gli italiani d'America non riescono ad apprezzare prodotti di qualità e approfonditi, come può essere il "Corriere della Sera" che teletrasmette e stampa a New York, o altri giornali che arrivano il giorno dopo, perché sono troppo "italiani". Vi è poi la considerazione che non riportano la cronaca locale, mentre noi siamo la voce vera, viva della comunità italiana d'America, una voce indipendente che dà spazio a tutti, anche se ciò non significa ovviamente, che non abbiamo le nostre opinioni e che quando è necessario non le esprimiamo. Quale è il futuro nostro e della stampa italiana in America? A media scadenza possono ancora immaginarlo abbastanza roseo, ma sicuramente non così a lunga scadenza. E' vero che in questi ultimi anni l'emigrazione è più qualificata – studenti, professionisti – però non vi è dubbio che nel tempo il numero dei nostri lettori, così come dei radioascoltatori e telespettatori di lingua italiana, andrà riducendosi (*Andrea Mantineo, direttore di "America Oggi", New York*).

Mi domando se la stampa di emigrazione sia figlia di un Dio minore, addirittura di un Moloc che nel tempo mangia i suoi figli. A giudicare da come in Italia viene valutata. A proposito della poesia, Benedetto Croce sosteneva che non esiste una poesia maggiore e una poesia minore, ma che è o non è poesia. Analogamente può dirsi per la stampa, come pure per tutti gli altri mezzi di informazione. E del resto, quale è la funzione della stampa se non fare informazione e formazione? E' stato reso noto che fogli modesti raggiungono un gran numero di persone. E' stampa minore questa? Figlia di un Dio minore da trattare con scarsa considerazione? Non è così. E anzi è un mezzo che crea informazione e cultura. Direi che è una stampa umile, nata dal niente, nata per la volontà della gente e sostenuta dalla gente, da quegli emigrati con i quali ha condiviso una storia di emigrazione, sfruttamento, difficoltà. Questa è finora la storia della stampa di emigrazione, e non è certo una gloria...la stampa umile ha bisogno del consenso della base, ha la grande dignità di chi è partito dal basso. Certo ha bisogno di collegamenti...oggi ho l'impressione che si vogliano somministrare alla stampa cure palliative, mentre ha bisogno di soluzioni radicali. Da parte nostra dobbiamo essere fucina di idee e non impegnarsi a dare solo la caccia ai soldi...E' preferibile una stampa umile e povera ma che vive con la gente ed è della gente. Comunque va cambiato il modo in cui la stampa (di emigrazione) si rapporta con lo Stato italiano: anche in questo settore, così come in tanti altri, deve esservi più società e meno Stato e il principio di sussidiarietà deve valere per l'associazionismo e per la stampa (*Monsignor Silvano Ridolfi, Responsabile per l'informazione della Fondazione Migrantes*).

#### *Le nuove tecnologie, la lingua e l'informazione di ritorno*

...le osservazioni dei ragazzi (italiani in Italia) hanno messo in evidenza il ruolo determinante dell'informazione di ritorno. La conoscenza da parte dei giovani della storia dell'emigrazione italiana all'estero determina una consapevolezza nuova, portando mutamenti significativi nella loro mentalità e

nell'approccio ai problemi del multiculturalismo e della convivenza con le diversità (*Francesca Massarotto, giornalista*).

L'informazione non può più essere two way, cioè bidirezionale. Dobbiamo immaginare una comunicazione, una informazione circolare, perché grazie alle nuove tecnologie ognuno è in grado di comunicare con tutti direttamente e senza intermediazioni (*Paolo Canciani, editore del settimanale "Insieme", Toronto*).

L'informazione di andata e ritorno: io credo che una comunità si senta tale soltanto se si nutre di un comune sentire, come si diceva nel tardo Ottocento, che è fatto di valori condivisi, i quali, a loro volta, non possono che munirsi di comuni informazioni. Gli italiani nel mondo non sono solo una testimonianza di italianità, ma sono sostanzialmente degli ambasciatori dell'Italia all'estero a costo nullo per la Patria di origine, capaci di influenzare scelte di mercato, scelte politiche, quindi interessi economici e politici, che a lungo sono stati sottovalutati nel nostro Paese. Quindi l'informazione di andata e ritorno è un valore nazionale da coltivare e un valore economico da far fruttare (*Pierluigi Magnaschi, direttore dell'Agenzia ANSA*).

Ribadisco che l'informazione di ritorno deve essere realizzata dalla stampa italiana d'Italia con una professionalità intesa nel senso più lato possibile, magari avvalendosi delle conoscenze di chi vive la realtà estera e quindi con una certa umiltà. In ogni caso ritengo che qualsiasi iniziativa sia strettamente legata alla questione del voto, poiché se esiste un interesse comune è possibile far parlare di noi superando i soliti stereotipi e i servizi sul ricco miliardario che era partito con la valigia di cartone o sul mafioso di turno. Se non si ha voce politica, è difficile avere spazio in qualsiasi canale di informazione e addirittura in Internet, per cui tutto si riduce, come da anni

avviene, a un discorso accademico tra noi (*Paolo Canciani, editore del settimanale "Insieme", Toronto*).

Gli Ordini regionali devono inserirsi in un processo che favorendo le relazioni personali e professionali dei giornalisti italiani con i correzionali all'estero, potrebbero da un lato dare un forte impulso alla valorizzazione delle culture locali e dall'altro incentivare il confronto interculturale, in primo luogo tra gli stessi operatori dell'informazione (*Mario Petrina, Presidente del Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti*).

In primo luogo deve essere incentivato l'uso della tecnologia. Internet deve a tutti gli effetti diventare una componente essenziale della comunicazione tra le comunità italiane all'estero e tra loro e l'Italia e, soprattutto, un elemento di forte coagulo dell'italianità. La tecnologia annulla tempo e spazio e rende più facile rispetto al passato il dialogo tra comunità lontane.

Va rivendicato il valore della dimensione regionale dell'informazione, come condizione non solo per accrescere i flussi informativi verso l'estero, ma soprattutto per introdurre nei giornali locali italiani un'informazione regolare, costante, non episodica circa i correzionali che stanno fuori dell'Italia (*Laura Capuzzo, giornalista ANSA, Consigliere Nazionale dell'Ordine dei giornalisti*).

Tra le questioni prioritarie di questo Convegno vi è il futuro dei giovani, ci si domanda come rigenerare in loro il senso atavico di italianità e ricondurli all'ovile italiano, avendo in essi validi ambasciatori dell'immagine dell'Italia. Io penso che per effettuare un recupero di questi nostri connazionali sia necessario comunicare con loro in inglese, informare in inglese di fatti e aspetti della vita italiana, nonché delle realizzazioni e dei traguardi raggiunti dai loro connazionali residenti in Italia, anche al fine di sviluppare in essi un sentimento di stima per il Paese di origine.

E' sintomatico il fatto che più di un terzo dei nostri abbonati e lettori non sia di lingua italiana; si tratta di australiani preparati che apprezzano il nostro Paese e amano la sua lingua e cultura, mezzi validissimi di promozione. Effettivo rilancio dell'immagine dell'Italia nel mondo (*Vincenzo Basile, direttore de "Il Progresso italo-australiano", Melbourne*).

Ritengo che per quanto ci riguarda, se decideremo di continuare la nostra attività dovremo farlo in lingua inglese, e parimenti gli altri mezzi di informazione presenti negli altri Paesi dovranno adottare la lingua di ciascun Paese (*Andrea Mantineo, direttore di "America Oggi", New York*).

Vi sono questioni non più rinviabili, che l'evoluzione delle tecnologie deve porre all'attenzione delle istituzioni. La mia Centrale, ad esempio, che vede l'impegno di 12 giornalisti italiani e italo-brasiliani, non è riconosciuta né dalla legge, né dalla FUSIE, né dal Ministro degli Esteri per il fatto che operiamo su Internet e non sulla carta stampata. Pertanto non abbiamo diritto ad alcun tipo di sovvenzione. Vi è poi il problema della lingua dei mass media italiani all'estero; se si opera in una lingua diversa dall'italiano, viene meno qualsiasi riconoscimento e quindi decade ogni diritto. Tengo a sottolineare che Internet è ormai il principale mezzo di comunicazione e più di tutti gli altri sta diffondendo le informazioni agli italiani all'estero (*Roberto Cattani, giornalista, San Paolo*).

Quanto alla lingua italiana non ritengo che si debba rinunciarvi nelle nostre pubblicazioni, perché la lingua italiana è la nostra anima e se ci rassegniamo a esprimerci in quella del Paese di accoglienza rinunciamo a una parte di noi stessi e certo non riusciremo a far rinascere nei giovani quell'orgoglio dell'italianità che si sta perdendo (*Luciana Biseo, Comites del Costarica*).

### ***Alcuni importanti interventi***

Riteniamo utile e opportuno inoltre, al fine di offrire una visione più articolata e completa del dibattito, pubblicare una sintesi più ampia di alcuni interventi che ci sono sembrati particolarmente rappresentativi della moltitudine di opinioni, riflessioni, valutazioni, giudizi e proposte espressi.

**Bruno ZORATTO** *Presidente della I Commissione del CGIE  
(Informazione e Comunicazione)*

**Cosa è stato fatto fino ad oggi per l'informazione italiana  
all'estero?**

Io tenterò insieme a voi di fare un ragionamento politico in sintonia con il dettato legislativo della Conferenza, che è quello di verificare quello che è stato fatto dal 1988 a oggi, il perché non è stato fatto, per responsabilità di chi, come si deve fare per andare oltre e per non continuare a prendere in giro le nostre comunità...

Non esiste argomento che riguardi le nostre comunità all'estero che non sia stato studiato, approfondito ed analizzato come quello che riguarda l'informazione italiana nel mondo. Già nel 1956, con la costituzione a Roma della FSIE (Federazione della Stampa Italiana all'Estero), si iniziò a censire e fotografare realtà sconosciute e a dare vita a organismi di categoria come l'ANASI (Associazione Nord-Americana della Stampa Italiana), sorta a New York nel 1962; la FEDEREUROPA, sorta nel 1965; la CISIE (Confederazione Internazionale della Stampa Italiana all'Estero), sorta nel 1965 a Torino; la FMSIE (Federazione Mondiale della Stampa Italiana all'Estero), nata nel 1971 e la FUSIE (Federazione Unitaria della Stampa Italiana all'Estero), nata nel 1982, che tuttora fra mille difficoltà ancora esiste, nonostante molti sono coloro che pensano sia da tempo al cimitero e per questo necessiti di essere sfondata, inserendo giustamente, a pieno diritto, gli audiovisivi, per costituire un grande fronte che unisca le testate giornalistiche operanti nel mondo.

Poi è giunta l'era del CGIE: grazie alla solidarietà dell'intero Consiglio e all'impegno unanime della Commissione "Informazione e Comunicazione", si sono svolti fra il 1994 e il 1996 tre importanti convegni continentali a San Paolo, New York e Berlino, che hanno fotografato le nuove realtà, dando risposte concrete e serie ai singoli problemi.

Alla conclusiva Conferenza mondiale per una politica dell'informazione italiana all'estero, svoltasi a Milano nel dicembre del 1996, ci si poneva un problema, ci si chiedeva se la nostra informazione all'estero rappresentasse quella multiformità di esperienze che coinvolgeva le singole comunità come ricchezza e patrimonio da non sottovalutare, ma da valorizzare con una politica quadro di intervento globale che andasse oltre gli interventi a pioggia, sino a oggi praticati.

Una politica che premiasse le iniziative nuove in senso moderno e razionale, con interventi mirati a sviluppare un modo di fare informazione che sapesse sfruttare le nuove tecnologie, stimolando il privato e obbligando il

pubblico non a fare chiacchiere, ma a rendersi concorrente nel mercato internazionale con gli altri enti pubblici, valorizzando le nostre collettività e gli operatori economici italiani che vivono ed operano nelle singole società di accoglimento. Ciò premesso, vediamo cosa si recitava nella risoluzione finale di quella importante assise: *“La Conferenza raccoglie le indicazioni fornite dalle comunicazioni e dal dibattito e ritiene che l’Italia debba inserirsi da protagonista nella sfida globale della comunicazione, presentando al meglio le proprie realtà attuali a fianco del suo patrimonio politico-storico-culturale. Una efficace proiezione dell’immagine dell’Italia all’estero costituisce infatti un interesse prioritario per il Paese stesso e per tutte le sue comunità nel mondo.*

*In questo quadro assume particolare valore la presenza dei Comites e delle associazioni e il coinvolgimento attivo delle nostre comunità, che ricomprendono tutti i cittadini italiani ovunque risiedano, anche temporaneamente, insieme ai discendenti dell’emigrazione meno recente, ai quali si deve riconoscere il ruolo di insostituibili risorse economiche, culturali e sociali e di fattori della politica estera dell’Italia, anche in virtù del crescente peso assunto in tutti i campi dell’essere e dell’agire nei propri Paesi di accoglimento.*

*La Conferenza riconosce che la ricca rete di testate della stampa scritta e audiovisiva, che fa riferimento alle comunità ed è prodotta in Italia e all’estero, costituisce un tessuto prezioso sia per l’informazione che fornisce, sia per i vincoli di solidarietà e di coesione che favorisce.*

*La Conferenza ribadisce l’esigenza di attuare fra le «due Italie» una seria strategia della conoscenza reciproca, che da un lato diffonda fra le comunità all’estero e nei Paesi di insediamento – anche con l’uso delle lingue locali – l’informazione più autentica e completa sull’Italia, e dall’altro presenti all’opinione pubblica italiana un’immagine dei connazionali nel mondo che,*

*superando vecchi stereotipi e facili generalizzazioni, ne rifletta la ricchezza di esperienze e il contributo in termini di progresso e di civiltà.*

*La Conferenza sottolinea che lo sviluppo di un'informazione aperta alle esigenze delle diverse comunità deve saper temperare l'attenzione all'attualità della notizia con il recupero dei valori e la diffusione della lingua e della cultura italiane. Ciò appare essenziale per una più matura integrazione delle nuove generazioni anche attraverso un accresciuto senso di identità culturale nazionale, rendendole così vitali strumenti di interscambio e di cooperazione.*

*Per il raggiungimento di tali obiettivi, la Conferenza impegna il Governo e il Parlamento italiani alla definizione di una politica organica dell'informazione estera dell'Italia e all'adozione degli strumenti legislativi e finanziari necessari a ricondurre a unità gli interventi richiesti, come già fanno Francia, Germania, Giappone e tutti quei Paesi che hanno compreso l'esigenza irrimandabile della globalizzazione dell'informazione nazionale come mezzo per rafforzare la propria presenza, anche economica e commerciale.*

*La Conferenza valuta con grande interesse le iniziative già promosse dalle Regioni e dalle Province Autonome nel campo dell'informazione e impegna le rispettive Giunte e i Consigli a sviluppare progetti operativi in un quadro di effettivo coordinamento.*

*La Conferenza ritiene che l'azione delle istituzioni centrali, regionali e locali debba mirare alla razionalizzazione delle iniziative, la creazione di sinergie tra pubblico e privato, la sensibilizzazione delle grandi testate della stampa scritta e audiovisiva, la disponibilità di supporti tecnologici e pubblicitari ai media italiani all'estero – in una prospettiva di sempre più stretti raccordi con i grandi media nazionali ed esteri – e una diretta partecipazione della rete internazionale delle business communities.*

*La Conferenza apprezza che RAI International voglia considerare gli italiani nel mondo «azionisti di riferimento» e dare il giusto rilievo all'informazione di*

*ritorno e sostiene che ciò debba tradursi in una forte riqualificazione tecnologica, editoriale, dei programmi e delle strutture, a cui siano garantiti i mezzi adeguati. All'impegno di RAI International è altresì necessario affiancare analogo impegno della RAI nazionale, i cui canali sono ormai comunemente fruiti in tutta Europa.*

*È auspicio della Conferenza che anche le altre reti radiotelevisive di dimensione nazionale aprano adeguati spazi alla "circolarità dell'informazione da e verso le comunità".*

Ciò premesso mi chiedo e vi chiedo: cosa è cambiato nel campo dell'informazione italiana nel mondo da quelle sacrosante affermazioni a oggi? Per quale motivo non si è dato corso a quelle enunciazioni e richieste con interventi legislativi mirati a realizzare una vera e propria politica dell'informazione italiana all'estero?

Chi ha le responsabilità di tanto silenzio e tante inettitudini di fronte a una richiesta pressante di informazione come quella che si è registrata alle riunioni di Montevideo, Melbourne, Toronto, Berlino e Pretoria?

Nel suo intervento alla Conferenza Milano l'allora titolare degli Affari Esteri – che è anche l'attuale Ministro – ebbe ad affermare: *“Sono consapevole della rilevanza di questi processi e dell'urgenza di opportuni interventi. Ho già avviato iniziative di nuovo tipo. In particolare, sia in Europa, sia in emisferi lontani e diversi tra loro, quali quelli delle Americhe e dell'Australia, ci siamo prefissi l'obiettivo prioritario di un rilancio, anch'esso collegato alla più generale politica dell'informazione, della conoscenza e della diffusione della lingua”.*

Dopo questa enunciazione del rappresentante del Governo, quali sono stati i fatti concreti che ne sono seguiti? Se diamo uno sguardo a quanto emerso nei documenti delle preconferenze, ci si rende conto che le ripetizioni sono identiche e che ben poco è stato fatto, per non dire nulla!

Questo io intendo responsabilmente denunciarlo e dirlo in questa solenne occasione, affinché ognuno si prenda le proprie responsabilità.

Dopo Milano, gli organi competenti – Governo, Parlamento e Regioni – non hanno predisposto nessuno strumento legislativo e finanziario per raggiungere gli obiettivi sollecitati e annunciati dalla sfida della globalizzazione dell'informazione, in modo che potesse essere un mezzo decisivo per rafforzare la presenza culturale, economica e commerciale dell'Italia nel mondo...

Ma quali sono dunque le iniziative rivolte a migliorare e modificare l'informazione prodotta all'interno delle collettività italiane all'estero e quella che dall'Italia si rivolge al mondo e l'impiego adeguato e giusto delle nuove tecnologie?

Il 14 marzo di quest'anno il Consiglio dei Ministri ha approvato un disegno di legge che modifica la legge sull'editoria, la 416 del 5 agosto 1981. In base alla nuova proposta di legge, i contributi a favore della stampa italiana all'estero passerebbero da 2 a 4 miliardi all'anno e il criterio della diffusione sostituirebbe quello delle tirature per la concessione della provvidenza. Così è stato detto da parte della Presidenza del Consiglio, ma in concreto non si capisce bene cosa realmente significhi.

Il disegno di legge, inoltre, prevede l'istituzione di un fondo per le agevolazioni creditizie alle imprese, finalizzato alla concessione di contributi in conto interessi su finanziamento della durata massima di 10 anni. Una quota del 5 per cento di questo fondo sarebbe stato riservato alle imprese impegnate nella diffusione dei prodotti editoriali in lingua italiana.

Mentre ai giornali di partito si continuano a concedere centinaia di miliardi di contributi, persino per testate quasi inesistenti, per il patrimonio editoriale che opera all'estero nella carta stampata e negli audiovisivi (i quali meritano lo stesso riconoscimento della stampa periodica), si riservano delle briciole. Il CGIE – e anche recentemente la Commissione Informazione e

Comunicazione – in più occasioni ha fatto richieste precise, chiedendo lo stanziamento di 20 miliardi annui per dare un segnale serio e concreto di considerazione per iniziare un corso nuovo che tenga conto delle tecnologie moderne delle singole iniziative editoriali e dei progetti mirati di interscambio informatico, che ovunque stanno nascendo come funghi...

Va ribadito che il ruolo e il patrimonio della stampa periodica che si pubblica all'estero è, a mio modestissimo parere, insostituibile. Oltre a essere un fatto culturale e un fatto sociale di aggregazione, essa è strumento di collegamento, di promozione, di confronto con le istituzioni, valorizza l'italianità e la nostra cultura, la difende e la divulga, svolge un ruolo di presentazione dell'immagine Italia, oltre a essere portavoce delle istanze delle fasce meno abbienti, che troppo spesso vengono dimenticate dai grandi *media*, i quali dispongono di corrispondenti inviati sul posto che sono estranei alle nostre comunità ivi residenti...

A ciò però deve corrispondere un'adeguata attenzione e aiuto alla stampa periodica in lingua italiana, che non può essere certo soddisfacente con il raddoppio da 2 a 4 miliardi come previsto nel disegno di legge governativo, se si pensa che ben 392 sono le testate giornalistiche in lingua italiana nel mondo: 213 giornali e riviste, 150 radio e 29 televisioni. Una forza immensa e un patrimonio da valorizzare e promuovere, nel rispetto assoluto delle singole specificità e impostazioni.

Qualcuno ha criticato che la stampa d'emigrazione in generale è povera, è carente.

Nessuno, però, si è mai preoccupato di informarsi sulle condizioni in cui essa è costretta a operare per fare informazione e formazione. Nessuno si è preoccupato di contribuire a elevare professionalmente, con idee e fatti, queste imprese editoriali – che sono talvolta un fatto eroico – le quali devono instaurare o forse riscoprire un giusto rapporto con le istituzioni. E le istituzioni non devono solo pretendere, ma anche cooperare, facendo

conoscere agli editori almeno quel poco che la legislazione italiana riconosce loro. Infatti, numerose sono le testate che hanno tutti i requisiti per chiedere il contributo, ma non vengono informate dai Consolati di questa opportunità...

In tutto questo contesto, come si realizza e si innesta l'esigenza ovunque manifestata per una adeguata informazione di ritorno?

A Milano fu proprio il Capo del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, dottor Mauro Masi, a incorniciare di contenuto il problema, mettendo il dito nella piaga: *“È giunto finalmente il momento di dare prova di maturità, di avere cioè raggiunto una fase realmente adulta nel percorso di crescita, riconoscendo che la nostra identità nazionale non può essere conosciuta appieno se in essa non si comprende l'evento, certo doloroso in termini di costi umani, ma anche ricco di risultati positivi per il progresso civile ed economico degli altri Paesi, rappresentato dalla emigrazione italiana. Si tratta di una linfa vitale che ha circolato per il mondo, e la cui attuale realtà non può essere relegata nella soffitta delle memorie storiche del nostro Paese. Occorre aprire la porta di quella soffitta, far luce sui mille e mille percorsi di una vicenda certamente non marginale della storia contemporanea che ci appartiene come popolo, pur nelle angustie e nelle trasformazioni che il presente ci propone. Il ruolo fondamentale che in tale prospettiva è destinata a ricoprire l'informazione di ritorno sta proprio nella sua capacità di riproporre al Paese ed alla classe politica, in vista delle scelte che a quest'ultima competono, quella memoria storica alla quale ho fatto cenno”*.

A questo punto e ricordando quanto detto cinque anni fa, mi chiedo e chiedo al dottor Masi: cosa ha fatto il suo ufficio per “aprire le porte di quella soffitta”, per obbligare i *media* italiani a riservare tempo, spazio e approfondimento alla informazione di ritorno?

Perché nelle convenzioni che la Presidenza del Consiglio fa con l'ente pubblico, con i grandi editori, con le agenzie nazionali non viene a chiare

lettere inserito in varie forme e collocazioni l'obbligo dell'informazione di ritorno?...

Ovunque, e in particolare dagli ambienti giovanili o legati alle nuove generazioni, ma non solo, c'è desiderio di sviluppare nuove forme di multimedialità, attraverso le nostre comunità nei cinque continenti, collegandole alla madrepatria. Vanno quindi sostenute tutte le iniziative volte alla creazione di siti Internet e di notiziari telematici con diffusione delle notizie *online* e tramite posta elettronica.

Qui possono avere un grande ruolo le cosiddette agenzie specializzate dell'emigrazione (AISE, GRTV, INFORM, ITALIAN NETWORK, NEWS ITALIA PRESS, PRONTO ITALIA/ ADN-KRONOS, 9COLONNE ecc.), che non devono solo riportare, ma devono approfondire e analizzare, specializzandosi in settori specifici. Se non avessimo avuto questo patrimonio l'oscurantismo su tutte le questioni riguardanti l'emigrazione sarebbe stato ancora più intenso.

Anche questo patrimonio deve essere trattato in forma equa e corretta, mettendo le singole testate in condizione di operare veramente insieme, riconoscendo loro quella professionalità che qualcuno con troppa facilità nega...

*Padre Graziano Tassello, Presidente della Commissione Cultura del CGIE*

*Il ruolo della stampa di emigrazione*

...Esiste un piano teso a distruggere o vanificare gli sforzi degli operatori dei micromedia di emigrazione?

Perdura una scarsa conoscenza di questo settore e il metro di giudizio adottato sottende una renitenza a comprendere come esso non può e non deve essere una copia più o meno bella della stampa italiana. Non si tratta, insomma, di imporre una camicia di forza o di colonizzare coloro che scrivono in emigrazione, ma di favorire un giornalismo che accompagni l'integrazione di una comunità e ne colga i germi di una cultura nuova, aiutandola a vivere creativamente in una società sempre più multiculturale.

È sorprendente notare come, nonostante i tempi duri, nascano nuove testate, anche culturali, altre si aggregano, altre ancora compiono sforzi notevoli per migliorare grafica e contenuti.

Nonostante il massiccio bombardamento della TV che porta numerosi italiani all'estero ad abbandonare del tutto la lettura, sta crescendo il desiderio di interpretare la vicenda migratoria in maniera autonoma. Alle ideologie consumistiche e globalizzanti di Rai e Fininvest si contrappone la ricerca di messaggi alternativi e la volontà di non essere manipolati. I giornali di emigrazione riportano notizie utili per comunità o settori di comunità emigrate, siano esse ecclesiali o partitiche o sindacali o associazionistiche. Tutti aiutano a sentirsi qualcuno, dando spazio al dialogo e alla ricerca.

Questa stampa di emigrazione, specializzata in quanto riporta o commenta notizie che né televisione né radio offrono, anche quelle captabili dagli italiani all'estero, hanno tuttavia bisogno di collegamento. Quale è la posizione del CGIE e del MAE nei confronti della Fusie? Lasciata in un limbo dal vecchio CGIE, si spera che i nuovi eletti optino per un rafforzamento della Federazione, avendo presente il ruolo della stampa di emigrazione, spesso l'unica a riportare dibattiti, controversie, polemiche, ma anche concezioni

ideali e speranze, a differenza di Rai e dei giornali italiani, lautamente foraggiati, direttamente o indirettamente, dallo Stato e, quasi sempre, indifferenti di fronte agli italiani all'estero.

Ci si attende una prova di coraggio del MAE nel sostenere concretamente questo organismo federativo. Si spera che la Commissione Editoria della stampa abbia il buon senso di non introdurre parametri italiani nel valutare le testate di emigrazione, adotti un filo interpretativo che rispetti il pluralismo e si sforzi di comprendere la natura di un giornale di emigrazione, spesso, di natura sua "povero".

È richiesta saggezza da parte del CGIE che deve dialogare costantemente con i giornali di emigrazione per coinvolgere l'intera comunità nel dibattito sulle cose vitali, superando la netta sensazione che l'emigrazione sia ormai divenuta un hobby per pochi nostalgici.

Poveri e sciovinisticamente disprezzati, i giornali di emigrazione garantiscono di fatto il collegamento ed il processo democratico. Occorre davvero chiedersi chi sia obsoleto e chi sia invece vitale.

### **Il ruolo della stampa cattolica di emigrazione**

96.500 copie, inviate mensilmente o ogni quindici giorni tramite posta a famiglie italiane residenti in Europa da parte di un gruppo che si ispira alla visione positiva delle migrazioni che Mons. Scalabrini ha lasciato in eredità, costituiscono una prova evidente di una attenzione particolare verso la comunità, anche se richiedono uno sforzo finanziario e redazionale non

indifferente. Uno sforzo che negli anni più recenti ha imboccato la strada di continui miglioramenti grafici e di contenuto e dell'allargamento della rete di collaboratori e di lettori.

La stampa di emigrazione deve fornire notizie specializzate ed aiutare il lettore ad interpretare i fatti, poiché i migranti, forse più di altri, sono costretti ad agire in un mondo non "decifrato" e che tende ad addomesticare le mentalità e le identità. Ma le testate di emigrazione, appunto perché mirano alla promozione della comunità devono anche saper "creare notizie", immettendo nel circuito riflessioni e commenti che abbiano con i problemi reali, segnalando con coraggio fatti e tendenze che la comunità tende ad ignorare. Ciò comporta una presenza attenta sul territorio ed un ruolo di tutela di comunità che sono ancora svantaggiate in tanti settori, creando un forte senso di appartenenza tra i lettori.

La rapida accelerazione verso comunità interetniche porta a riflettere sulla lingua utilizzata dalla stampa di emigrazione a fronte delle seconde e terze generazioni e di una società di accoglienza che esigono messaggi specifici nella lingua del posto. Sono stati pertanto ipotizzati nuovi strumenti che puntano alla creazione di giornali per categorie.

Va sottolineato il coinvolgimento crescente dei laici nel settore delle comunicazioni gestite da missionari. Una testata di emigrazione costituisce un primario bene collettivo cui il migrante deve dare il suo pieno contributo. I laici, condividendo le medesime finalità ed idealità delle Missioni, devono diventare co-imprenditori, in un clima di pluralismo di apporti. Le testate, pertanto, devono essere sempre di più frutto di un lavoro di insieme e non la realizzazione di un prodotto a tavolino confezionato soltanto da alcuni tecnici.

Se la sensibilizzazione fa parte della dichiarazione di intenti delle testate aderenti, occorre allargare il raggio di penetrazione collaborando sempre più

con agenzie specializzate locali ed internazionali. Ma il primo passo rimane quello di una fitta rete di scambi tra testate di emigrazione, citando rispettivamente la fonte...

**Elio Carozza**, presidente della Commissione Stato, Regioni, CGIE del CGIE

### **Una leva strategica per il “Sistema Italia” sul piano internazionale**

...La comunicazione è la fondamentale leva strategica per rendere produttiva la diffusa presenza delle comunità di origine italiana nel mondo e attivo ed efficace il ruolo del “sistema Italia” sul piano internazionale. Solo un’informazione più moderna ed incisiva ed il ricorso alle moderne tecnologie della comunicazione possono consentire di affrontare positivamente la crisi di rapporti derivante dal superamento delle prime generazioni e di creare le condizioni per la formazione di una nuova rete di relazioni, capace di coinvolgere pienamente le nuove generazioni.

Questo sistema articolato e globale è in grado di raccogliere tutte le contraddizioni che vivono nel contesto mondiale e fornisce, dunque, i sensori più adatti per favorire una reale e moderna internazionalizzazione del Paese...

...Una funzione altrettanto utile è possibile prefigurare rispetto alle nuove mobilità indotte dalla globalizzazione e all’esigenza di sostenere relazioni commerciali e professionali moderne ed attive.

Rispetto a questi obiettivi, dai quali dipende in buona misura la qualità della presenza italiana nel mondo, la situazione attuale degli interventi in campo informativo e comunicativo si presenta limitata e distante da una soddisfacente soluzione.

Negli anni passati, ed in particolare nella precedente legislatura, si sono fatti passi in avanti sia sul terreno della rilevazione e dell'analisi dei problemi (convegni di New York, S. Paolo e Berlino confluiti in quello conclusivo di Milano; convegno di Roma del Forum per gli Italiani nel mondo) sia sul piano dell'attivazione di misure operative (nuova legge editoria, con precisi riferimenti alla situazione dell'estero; raddoppio dei contributi per la stampa di emigrazione, ecc.). Tali misure, tuttavia, non hanno ancora consentito di soddisfare le esigenze che negli anni si sono manifestate e, soprattutto, di corrispondere adeguatamente ai mutamenti di ordine qualitativo intervenuti nel panorama mondiale e all'interno delle stesse comunità.

Il punto nodale da affrontare è quello di uscire da una concezione degli interventi ispirata da una logica settoriale e da una pratica di puro sostegno, per collocarsi su un piano strategicamente diverso, caratterizzato dalla dotazione di strumenti efficaci di comunicazione internazionale, a livello – ad esempio - della BBC Worldwide, della Deutsche Welle e della TV5. Questi strumenti, per altro, debbono collegarsi con l'articolata rete dei mezzi di informazione che sono a servizio delle nostre comunità e che hanno bisogno di essere consolidati e qualificati.

Per questo, sembra indispensabile la definizione di un nuovo e grande progetto per l'informazione e la comunicazione italiana nel mondo, capace di costituire lo sfondo complessivo nel quale innestare gli interventi specifici e di indicare strumenti e risorse necessari a soddisfare le esigenze di rinnovamento, qualità ed efficacia diffusamente avvertite.

... nel caso dei giornali in lingua italiana siamo di fronte ad una costellazione diffusa, sia pure in lenta contrazione, che presenta caratteristiche qualitative

molto differenziate, a seconda della tradizione storica, delle trasformazioni culturali e di sensibilità comunicativa dell'utenza, della minore affezione per la lettura e della scarsa confidenza con l'italiano delle nuove generazioni, delle possibilità di collocarsi sul mercato della pubblicità.

E' ormai matura l'esigenza di affrontare entro i termini della presente legislatura una riforma complessiva di tutta la normativa per adeguarla alle trasformazioni qualitative manifestatesi nelle nostre comunità, al salto tecnologico intervenuto e alle nuove "missioni" da affrontare, anche in vista della inedita sfida democratica che l'Italia deve affrontare chiamando quattro milioni di cittadini all'estero a partecipare alle decisioni riguardanti i suoi orientamenti politici fondamentali e i suoi assetti di governo.

*Tuttavia, mentre si avvia e si sviluppa questa complessa opera di elaborazione normativa e di indirizzo, si può partire dalla revisione del regolamento riguardante i contributi assegnati dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri. Sembra, ormai, non eludibile l'individuazione di criteri più direttamente riferiti ad una selezione di qualità, all'ammissione di una pratica più elastica di bilinguismo, alla creazione di un'efficace rete di comunicazione, al vincolo della presenza in internet, alla capacità di produzione multimediale. Anche in questo caso è auspicabile lo spostamento dell'asse dell'intervento da un piano sostanzialmente monetaria ad una dimensione meglio collegata alla fornitura di servizi reali e di occasioni di formazione e di professionalizzazione...*

Le esperienze di stampa e diffusione all'estero di alcuni grandi giornali italiani, in combinazione con alcuni quotidiani locali, sia in italiano che in altra lingua, hanno di fatto incontrato maggiori remore di quanto si poteva prevedere, deludendo in parte le aspettative ad esse rivolte soprattutto in considerazione delle esigenze informative legate al voto. Ha nuociuto, probabilmente, il fatto che tali prove siano state animate da una logica particolaristica e non sostenute da un'adeguata promozione generale, anche pubblica, volta a presentarle come occasioni non solo di legame culturale, ma anche di specifica informazione sulla società e sulla politica del nostro paese. Questo induce a reinquadrare le iniziative e a rinnovare gli sforzi di collocazione e di presenza.

### *Informazione di ritorno*

La centralità dell'informazione di ritorno va considerata sotto due profili, quello di una migliore conoscenza delle comunità di origine e di una più compiuta percezione delle potenzialità che esse sono capaci di esprimere con riferimento all'internazionalizzazione dell'Italia, e quello del recupero culturale ed etico della storia dell'emigrazione in una delicata fase di passaggio come quella che il paese sta vivendo sui temi dell'immigrazione. Oltre a reintegrare i circa trenta milioni di emigrati italiani dell'attenzione e del riconoscimento che meritano per le prove affrontate e per i risultati raggiunti, le esperienze di integrazione e di relazione interculturale da loro vissute possono essere un prezioso bagaglio di formazione e di confronto per la società italiana, che oggi si trova di fronte ad analoghi problemi. L'informazione di ritorno, dunque, è tanto necessaria per noi quanto è utile per le nostre comunità...

Essa tuttavia è stata finora più oggetto di rituale evocazione che motivo di impegno culturale, politico e organizzativo.

Questo dipende probabilmente da diversi fattori, come, ad esempio, la disattenzione con cui da qualche tempo si guarda all'emigrazione italiana, il ritardo con cui la cultura italiana sta riflettendo sul tema delle migrazioni e della mobilità nella fase della globalizzazione, un persistente limite di provincialismo, l'esilità di un background di ricerca sui temi dell'emigrazione/immigrazione e la marginalità in cui sono tenuti i pochi centri di ricerca che operano in Italia e all'estero.

Sarebbe opportuna, quindi, una visione molto più articolata e ricca dell'informazione di ritorno, un progetto intersettoriale, sostenuto da adeguati

finanziamenti, capace di attivare e raccordare, oltre ai canali tradizionali radiotelevisivi e della stampa, il campo della multimedialità, dell'editoria, della ricerca specialistica, dell'insegnamento universitario...

## **I DOCUMENTI DELLE PRECONFERENZE CONTINENTALI**

*Riteniamo utile e opportuno pubblicare qui di seguito una illustrazione dei documenti predisposti dai gruppi di lavoro dell'informazione nell'ambito delle preconferenze continentali tenutesi in preparazione della Prima Conferenza degli Italiani nel Mondo (Dicembre 2000).*

*Illustrazione del Documento del Gruppo di Lavoro Informazione della Preconferenza per l'America Latina tenutasi a Montevideo, 28-29 settembre 2000*

Il documento ribadisce l'importanza e la necessità dei mezzi di informazione delle collettività dell'America Latina, definite "casse di risonanza delle nostre realtà". I mezzi di informazione – afferma il documento - sono i nostri

portavoce, sono ciò che ci identifica come comunità, sono veicoli di integrazione nei due sensi ed anche loro hanno una doppia identità.

Il gruppo di lavoro dell'informazione deplora la totale indifferenza di RAI International nei riguardi delle comunità dell'America Latina. Il riferimento è in particolare a RAI International essendo questo l'unico mezzo di informazione statale nato specificatamente per offrire un servizio a tali comunità.

L'Informazione è la trasmissione e ricezione di messaggi relativi a notizie o nozioni ritenute utili o addirittura indispensabili per l'individuo e la società". Ecco perché i mezzi di informazione sono un diritto da difendere.

Ciò premesso – il documento illustra le proposte che si riferiscono al miglioramento qualitativo di tutti i mezzi di comunicazione e ad una reale e seria informazione di ritorno.

I contributi attualmente previsti per la stampa italiana all'estero sono totalmente inadeguati alle esigenze dei mass media italiana in America Latina. Si chiede pertanto che sia rivisto il finanziamento totale di detti contributi e al tempo stesso che essi siano distribuiti secondo un criterio che privilegi la serietà professionale, le nuove tecnologie e quindi eviti gli appiattimenti. Al tempo stesso, si chiede che sia previsto un altro finanziamento anche per le radio e televisioni che localmente diffondono la lingua, la cultura italiana, spesso arrivando alle nuove generazioni più facilmente della stampa scritta.

Uguale attenzione – secondo il gruppo di lavoro - bisognerà rivolgere ai mezzi telematici o ai mezzi di comunicazione tradizionali che possiedono siti Internet. Considerando il ruolo che riveste questo nuovo mezzo informativo soprattutto fra i più giovani, si chiede una particolare attenzione a questo settore e al tempo stesso che esso sia attentamente seguito per assicurare il sostegno a chi utilizza questi mezzi con serietà e onestà.

Considerando la difficoltà di reperire in loco giornalisti che scrivano perfettamente l'italiano, si propone che si studino vie per far convergere nelle varie redazioni giovani italiani che desiderino dedicarsi al giornalismo. Per esempio, i ragazzi che scelgono il servizio civile invece di quello militare.

Altra strada potrebbe essere quella di creare giornalisti specialisti in emigrazione, che potrebbero fare stage nei vari giornali.

Tenendo conto che le comunità dell'America Latina in molti casi sono costituite da persone di seconda e terza generazione, si chiede che si prenda in esame la possibilità di utilizzare il bilinguismo (stesse informazioni in italiano e lingua locale) che offrirebbe, tra l'altro, la possibilità di imparare facilmente l'italiano.

Sarebbe opportuno permettere anche ai mezzi di comunicazione italiani all'estero di accedere a crediti agevolati per il rinnovamento e l'ampliamento delle strutture.

Considerando che la legge sull'editoria è ancora in discussione, si chiede che si anticipi lo stralcio che riguarda i mezzi di comunicazione italiani all'estero.

Le Regioni italiane hanno fondi per l'emigrazione. Il documento propone che parte di questi fondi siano destinati a pubblicità redazionale da far pervenire ai mezzi di comunicazione che, in questo modo, si trasformerebbero in veicolo di informazioni culturali, turistiche, economiche, di bandi di borse di studio, di concorsi ecc. e allo stesso tempo potrebbero contare su introiti che ne favorirebbero lo sviluppo.

Per quanto riguarda i servizi convenzionati che giungono attraverso le Agenzie nazionali di informazione si suggerisce che essi siano diversificati a seconda delle esigenze di ogni mezzo di informazione: stampa quotidiana, stampa periodica, radio televisioni e internet. Allo stesso tempo vanno

sostenute e rafforzate le agenzie d'emigrazione, che potrebbero diversificare i loro campi di interesse all'interno del mondo dell'emigrazione.

Per ciò che riguarda il Megaportale del Ministero degli Esteri esso può essere considerato un supporto ma non una sostituzione dell'informazione attualmente ricevuta tramite le agenzie, perché altrimenti ciò significherebbe un appiattimento dell'informazione.

Per garantire un maggiore sviluppo economico ai mezzi di comunicazione italiani in America Latina si chiede che pervenga loro la pubblicità istituzionale e qualsiasi comunicazione di interesse per le comunità che giunge tramite gli Uffici consolari, le Camere di Commercio, gli uffici ICE, le Ambasciate ecc. deve essere regolarmente pagata come spazio pubblicitario.

### **Informazione di ritorno**

Partendo dal presupposto che senza informazione non c'è conoscenza e quindi si perpetrano in Italia vecchi cliché che il documento considera umilianti e per quanto riguarda l'Italia evitano che si percepisca il reale potenziale delle sue comunità all'estero, si chiede che in tutti i mass media italiani sia dato il giusto spazio e valore alle loro informazioni.

Per dare una giusta visione delle informazioni si chiede che esse siano prodotte da professionisti italiani e di origine italiana residenti nei diversi Paesi, per evitare le distorsioni che inevitabilmente sorgono quando invece sono raccontate da persone totalmente estranee alla realtà locale.

All'interno delle Regioni – osserva il gruppo di lavoro - sarebbe opportuno che l'ufficio emigrazione si facesse promotore presso gli organi di stampa locale affinché ospitino informazioni redatte dai mass media all'estero per l'Italia e che si riferiscono alle comunità delle Regioni in questione.

Per quanto riguarda i servizi di RAI International si chiede una ristrutturazione di fondo della programmazione, che deve tenere conto delle reali esigenze delle collettività e non di quelle italiane. Un esempio: il televideo, che risultava una fonte utilissima di informazione per le comunità e in particolare per i suoi mezzi di informazione, è scomparso dagli schermi. Si chiede anche la ripresa aggiornata delle nostre notizie.

Nelle reti Rai italiane si chiede ugualmente che sia dedicato uno spazio ai servizi dall'estero, che di nuovo devono essere prodotti in loco da professionisti italiani emigrati.

Nel caso di privatizzazione della Rai questo servizio dovrà essere garantito da RAI International.

Il documento conclude con un'esortazione a tutti i mezzi di comunicazione italiani all'estero affinché si stabilisca la ristrutturazione o creazione ex novo di uno strumento che li rappresenti in forma unitaria e abbia l'autorità di portare avanti in Italia, nelle sedi adeguate, le loro proposte. E' convinzione diffusa che qualsiasi conquista si può ottenere unicamente attraverso una lotta unitaria, che eviti la manipolazione di chi vorrebbe favorire una lotta dei poveri che riuscirebbe unicamente a indebolire la categoria.

Montevideo, 29 settembre 2000

*Illustrazione del documento del Gruppo di Lavoro Informazione della Preconferenza per l'Europa tenutasi a Berlino, 16-17 novembre 2000*

Il gruppo di lavoro, al quale hanno partecipato operatori e non dell'informazione provenienti dai diversi Paesi europei, ribadisce che l'informazione riveste un ruolo fondamentale nei processi di crescita democratica, e più specificamente nell'ambito della promozione e della realizzazione degli scopi che le quattro tematiche si pongono attraverso la Conferenza degli Italiani nel Mondo:

Integrazione e promozione sociale;

partecipazione e diritti politici (anche in prospettiva della possibilità di esercitare il diritto di voto all'estero);

identità culturale e valorizzazione del patrimonio socio- culturale d'origine (con particolare riferimento alla difesa, alla diffusione e alla promozione della lingua italiana);

Il gruppo di lavoro prende atto che - non essendo in grado di adempiere in modo compiuto al suo ruolo informativo per le comunità all'estero - lo Stato italiano riconosce ai privati là dove possibile, una funzione sussidiaria tramite

contributi, rispetto ai quali denuncia la mancata chiarezza dei criteri che presiedono alla loro erogazione e alla funzionalità degli scopi perseguiti. Si ribadisce il diritto all'informazione con particolare attenzione a categorie sotto rappresentate, come ad esempio quella delle donne.

Il documento osserva che in uno scenario i cui contorni sono massicciamente segnati dalla globalizzazione, la quale comporta l'affermazione di concetti come quello di "nuova economia" che influenzano in modo determinante i processi informativi, anche le comunità italiane all'estero in quasi tutti i contesti nazionali in cui sono presenti, con peculiarità e quindi con bisogni che sono loro propri, modificano il loro modo di essere pubblico fruitore e al contempo produttore di informazione.

Le nuove tecniche distributive consentono oggi di avere accesso ad un'offerta informativa sempre più ampia e diversificata. La cablatura delle zone urbane e l'impiego di antenne paraboliche permettono di captare i segnali dei canali televisivi sia pubblici che privati, rispetto ai quali però si segnala la penalizzazione che deriva dal criptaggio di alcuni programmi, pur nella consapevolezza che ciò sia determinato da ragioni collegate ai diritti d'autore ed alla loro commercializzazione.

Per quanto riguarda l'informazione veicolata via radio, se da un lato si lamenta l'oggettiva difficoltà di captare il segnale radiofonico di emittenti italiane per problemi di lunghezza d'onda, dall'altro si evidenzia il prezioso ruolo che riveste l'impegno, pressoché totalmente volontaristico, messo in campo da coloro che si attivano nella realizzazione di programmi radiofonici in lingua italiana veicolati tramite emittenti locali...

...In Europa, la stampa italiana prodotta in Italia non trova un grande mercato. Per quanto i numeri ufficiali siano spesso tenuti segreti per disposizione degli stessi editori, è ragionevole supporre che, fatte salve

alcune eccezioni solitamente in coincidenza con eventi straordinari, la sua diffusione fra le comunità sia piuttosto limitata.

Dal canto suo la stampa italiana prodotta fuori dall'Italia non è attrezzata a colmare il vuoto informativo lasciato libero dai cosiddetti macromedia, e il suo ruolo si trova a dover essere ripensato in relazione ad un pubblico di riferimento con caratteristiche socio- culturali in costante mutazione, che costringe le varie testate a confrontarsi con le regole del mercato, pur mantenendo in molte realtà un'importante funzione di informazione di servizio.

A questo proposito, viene auspicata una chiara definizione dei rapporti fra questa stampa e l'Amministrazione anche per quanto concerne la possibilità di accedere ai fondi destinati alla pubblicità istituzionale. Ne deriva che una riflessione su questo punto va affrontata alla luce di quelle variabili che concorrono a definire nuovi scenari. I quali, ovviamente, non possono prescindere, anzi sono fortemente influenzati, dall'affermarsi delle nuove tecnologie.

Nel processo di globalizzazione, l'informazione vede aggiungersi al suo modo tradizionale di porsi un importante vettore di diffusione, nuovo sia nelle forme che nei contenuti. Ci riferiamo ad Internet e, più in generale, alle nuove tecnologie. Tale vettore dovrebbe permettere di meglio valorizzare tutta l'informazione italiana all'estero, attraverso la costituzione di una comunità virtuale, la quale si mette in relazione pur risiedendo negli angoli più disparati del mondo. In questa comunità si possono individuare varie funzioni: di diffusione delle informazioni, in modo particolare quella di ritorno; di efficace interazione comunicativa a basso costo; di aggregazione, in quanto strumento di partecipazione politico-sociale; di crescita e sviluppo economico finalizzata alla promozione e alla diffusione del made in Italy. Se, come già accennato, le nuove tecnologie possono fornire un grande impulso alla

concretizzazione dell'informazione di ritorno, è implicito che quest'ultima, anche attraverso i canali tradizionali, per essere tale deve essere interessante ed attuale. Infatti, la qualità dell'informazione prodotta dalle e nelle comunità all'estero è direttamente proporzionale alla possibilità che essa ha di conquistarsi un pubblico di riferimento. Anche in questa prospettiva risiedono gli elementi che caratterizzano la sfida culturale che le comunità degli italiani nel mondo si accingono ad affrontare.

*Berlino, 17 novembre 2000*

*Illustrazione del documento del Gruppo di Lavoro Informazione della Preconferenza per l'Africa tenutasi a Pretoria, 30 novembre – 1 dicembre 2000*

I delegati con la partecipazione delle realtà associative del continente Africano evidenziano nel documento in maniera prioritaria le lacune stagnanti sull'informazione, sollevando coerentemente i seguenti punti alla luce della necessità di rivedere in senso propositivo la complessa tematica dell'informazione italiana nel continente africano, sapendo che:

- RAI International è un ente pubblico che ha il dovere di informare la comunità italiana residente nel continente africano.

- RAI International è pertanto invitata a tenere conto delle indicazioni più volte avanzate dai locali membri del C.G.I.E. e dai Comites che chiedono un palinsesto con contenuti informativi e formativi adeguati alle esigenze della

comunità' italiana in Africa. Non si vogliono vedere programmi ripetitivi e di poco apprezzamento.

- La direzione di RAI International dovrebbe nominare un suo responsabile al fine di stabilire un contatto diretto con Comites e C.G.I.E. per le trasmissioni dirette al continente africano per poi poter finalizzare insieme ai mass media italiani in Africa il loro palinsesto.

- Più attenzione e più' risorse sono inoltre auspiccate per le trasmissioni radio per l'estero, che attualmente non si riesce ad ascoltare con chiarezza.

- Si rende necessaria una iniziativa concreta per colmare con rapidità il vuoto di informazione cartacea e telematica, di cui soffre l'insieme della comunità, potenziando la distribuzione di ogni tipo di mass media dall'Italia verso l'Africa ed avviando opportuni flussi di informazione di ritorno.

*Pretoria, 1 dicembre 2000*

### CAPITOLO III

#### L'INDAGINE TRAMITE QUESTIONARIO

*La FUSIE ha somministrato un questionario composto di 8 domande a circa 100 testate giornalistiche italiane presenti all'estero (stampa e radio/tv) con domande mirate e articolate al fine di ottenere dati, informazioni e riflessioni utili ad una ampia illustrazione delle attuali esigenze, istanze e prospettive di attività dei mezzi di comunicazione italiani di emigrazione.*

*Abbiamo interpellato i nostri interlocutori su una variegata gamma di problematiche che coinvolgono interessi e diritti sia dei mass media italiani all'estero, sia delle collettività che essi informano e interpretano.*

*Ci interessava sapere ad esempio su quale tipo di informazione e di argomenti essi hanno deciso di orientare il loro programma editoriale, anche alla luce delle trasformazioni socio-politiche avvenute nei Paesi di emigrazione e dell'evoluzione delle collettività italiane ivi presenti.*

*Abbiamo chiesto di indicarci quale, secondo loro, debba essere il ruolo dei mezzi di comunicazione italiani operanti all'estero rispetto alle esigenze delle varie collettività italiane.*

*Sul rapporto tra Stato e Regioni italiani con i mass media all'estero abbiamo cercato di capire quali siano le richieste di questi ultimi in termini sia di agevolazioni alla loro attività informativa che al ruolo degli stessi giornalisti.*

*Alcuni utili suggerimenti e riflessioni sono stati espressi in relazione alla validità della normativa italiana per l'editoria all'estero attualmente in vigore e sulle eventuali modifiche da apportare.*

*Non poteva mancare tra le domande del questionario un riferimento alla cosiddetta informazione di ritorno e quindi sul ruolo dei mezzi di comunicazione italiani all'estero nel contribuire alla sua realizzazione.*

*In qualità di interpreti e conoscitori delle collettività di riferimento, è stato chiesto ai mass media italiani all'estero di definire diritti inevasi ed esigenze delle collettività italiane.*

*Infine abbiamo stimolato un dibattito anche sul ruolo della FUSIE, che è attualmente impegnata in un rinnovato impegno per la valorizzazione del patrimonio giornalistico italiano esistente all'estero.*

*Qui di seguito offriamo una ampia panoramica delle risposte, che per facilità di lettura e interpretazione abbiamo sinteticamente raggruppato in riferimento ad ogni specifica domanda. Ovviamente le risposte sono state multiformi e diversificate, a seconda delle condizioni soggettive (capacità, mentalità, esperienza) e oggettive (dimensione operativa, ubicazione geografica, ecc.) di ognuno degli intervistati. **Abbiamo cercato di riprodurre il più fedelmente possibile i contenuti delle risposte (anche quando sembravano lacunose o difettose nei contenuti e nella forma), sebbene per motivi editoriali ed esigenze di spazio spesso abbiamo fatto ricorso a revisioni e/o emendamenti e in numerose occasioni abbiamo accorpato le risposte analoghe:***

## LE RISPOSTE DEI MASS MEDIA ITALIANI ALL'ESTERO

**DOMANDA 1) ALLA LUCE DELLE TRASFORMAZIONI SOCIO-POLITICHE AVVENUTE NEL PAESE DOVE LEI PUBBLICA IL SUO GIORNALE, DELL'EVOLUZIONE DELLA COLLETTIVITA' ITALIANA LA' PRESENTE E DEL RINNOVATO IMPEGNO DELLO STATO ITALIANO A FAVORE DEGLI ITALIANI ALL'ESTERO (VEDERE CONCESSIONE DEL VOTO), SU QUALE TIPO DI INFORMAZIONE E DI ARGOMENTI HA DECISO DI ORIENTARE IL SUO PROGRAMMA EDITORIALE?**

- L'informazione e la cultura. L'informazione è centrata principalmente sulle tematiche europee, i diritti previdenziali e i diritti di cittadinanza consacrati dal Trattato di Amsterdam.

- Sempre con maggiore enfasi sulle questioni sociali sia in Italia che in Australia.

- Cultura italiana e italo brasiliana, un po' di politica, orientamento ai cittadini italo brasiliani rispetto ai loro diritti (doppia cittadinanza ecc.), curiosità e diffusione della lingua italiana. Con la concessione del voto in loco, è stato destinato, naturalmente, un po' più di spazio alle informazioni sulla politica.

- Continuare sui tre fronti sui quali abbiamo insistito finora: valorizzare i valori culturali delle radici per non perdere il costitutivo identitario; informare sulla evoluzione socio-economica italiana; illustrare il panorama politico italiano e della Comunità Europea che evolve rapidamente.

- Come testata edita da un Patronato i settori che continueranno a ricevere maggiore attenzione saranno le questioni di sicurezza sociale,

previdenza e sindacato. Come naturale conseguenza dei recenti sviluppi della politica italiana verso le collettività<sup>1</sup> residenti all'estero (ad esempio il diritto al voto) e la migliore rete di comunicazioni in tempo reale, le questioni di politica generale verranno riportate e commentate con maggiore frequenza e rigore analitico.

- Le trasformazioni socio-politiche e le evoluzioni delle collettività italiane a cui fate riferimento nella domanda non eserciteranno alcuna influenza sull'orientamento futuro del nostro giornale. Contenuti e argomenti rimarranno gli stessi di sempre: diffusione della cultura e della storia italiane, divulgazione di norme e leggi che riguardano gli italiani all'estero, comunicazioni consolari, eventi comunitari, notizie e varie e sport.

- Principalmente notizie ed eventi di carattere sociale, leggi del governo a favore della comunità italiana all'estero, denuncia di irregolarità nelle istituzioni, associazioni, enti presenti nella nostra circoscrizione consolare di Rio de Janeiro.

- Visti i cambiamenti avvenuti si deve tener conto di un'informazione più complessa e variegata. Soprattutto un'informazione che veda la comunità italiana proporsi con il proprio contributo da dare, in tutti gli aspetti sia positivi che negativi. Va senza dubbio continuato quel servizio che è stato tipico della Stampa all'estero in particolare di essere strumento di formazione oltre che di informazione. Formazione che comincia con la scelta delle notizie e dell'informazione da dare.

- Il nostro programma editoriale si sforza di informare la comunità italiana sulle questioni più importanti. In questo periodo ci occupiamo molto di voto e

cittadinanza.. Non trascuriamo comunque i temi politici, COMITES e CGIE, e abbiamo uno speciale rapporto con le associazioni regionali e le regioni.

- Informazione totale e attività culturali.

- Informazione in generale.

- Voto all'estero; censimento; Stato/Regioni; Comites.

- Il nostro periodico cerca di mantenere vivo il ricordo del nostro "ESODO", dell'Istria, Fiume e Dalmazia. Conservando le nostre tradizioni e dialetti.

- Il nostro giornale s'impegna a dare ai suoi lettori un'informazione chiara e concisa riguardante appunto le trasformazioni socio-politiche avvenute nel Paese, ma soprattutto il ruolo del giornale è quello di informare la nostra comunità delle questioni che li riguardano direttamente.

- Il nostro programma editoriale è orientato principalmente sui temi dell'integrazione e della multiculturalità, in un Paese come la Germania in cui il dibattito sulla integrazione è difficile e comporta spesso difficoltà.

- Su tutte le tematiche dell'emigrazione, della cultura italiana e italiana in loco, della economia italiana e locale , e solo in parte della politica italiana.

- Il nostro programma editoriale da anni segue un doppio obiettivo: informazione e orientamento. In quanto all'informazione ci occupiamo di offrire sia un panorama della realtà italiana , sia delle attività della collettività italiana in Argentina.

Alla luce della crisi che sta vivendo l'Argentina, quest'anno il giornale ha prestato attenzione ed ha collaborato con le iniziative che l'Italia, attraverso le singole Regioni e Istituzioni private, il Ministero degli Esteri, e il Ministero degli Italiani nel mondo, hanno intrapreso nei confronti dell'Argentina e degli italiani quivi residenti; si è fatto, inoltre, eco della situazione precaria in cui sono venute a trovarsi industrie più o meno affermate.

In quanto all'orientamento il giornale, dentro di un'ottica eminentemente scalabriniana, ci preghiamo di accompagnare le attività della FACIA (Federazione delle Associazioni Cattoliche in Argentina con le sue settanta associazioni); inoltre, presentiamo nell'ambito di una visione critica le attività

culturali, sportive e regionali presenti nel Paese, dando uno spazio proporzionato agli avvenimenti politici e sociali, senza trascurare le questioni sindacali e pensionistiche.

- Più informazione rispetto a quanto avviene in Italia dal punto di vista politico, culturale ed economico.

- Regioni; previdenza; cultura; politica.

- Affrontiamo soprattutto i temi della formazione scolastica.

- Il nostro giornale é oggi come ieri essenzialmente il giornale degli italo-venezuelani. Ciò significa che particolare importanza viene data alle informazioni che genera la stessa comunità. Per il resto, da quando é diventato quotidiano ed esce in abbinamento con il Corriere della Sera, ha dato maggiore rilievo alle informazioni regionali e a quelle riguardanti il mondo dell'emigrazione. Le comunità si rinnovano e richiedono informazioni di diverso tipo, dalla cronaca, all'economia, alla politica e allo sport.

- Una maggiore informazione politica soprattutto in vista del voto per gli italiani all'estero.

- In riferimento al tema in oggetto, le comunico che la nostra testata è un periodico prevalentemente di contenuto religioso.

Essendo l'unico mezzo di collegamento per la nostra collettività sparsa in un vasto territorio, ci preoccupiamo anche di far conoscere le notizie di carattere sociale, le nuove leggi o disposizioni relative all'emigrazione che ci pervengono dalle Autorità locali, dal Consolato Generale d'Italia in Losanna e dalle Agenzie di stampa. La nostra testata continuerà nella linea sopra indicata non essendo possibile, per ora, fare altrimenti; sia per mancanza di collaboratori (solo due persone) e soprattutto per mancanza di mezzi finanziari. Il contributo dello Stato italiano e le offerte dei benefattori non ci permettono infatti di coprire i costi di redazione, composizione, tipografia e spedizione del trimestrale.

Mancano giornalisti qualificati; lo Stato non sostiene la stampa all'estero come giustamente lo richiede una grande maggioranza di nostri connazionali. Ci auguriamo che la Federazione Unitaria Stampa Italiana all'Estero possa raggiungere lo scopo che si è prefissa; formuliamo i nostri auspici perché i Governi, nazionale e regionali, siano in grado di emanare disposizioni e leggi più eque per gli italiani del mondo.

- Riguardo all'Argentina, la drammaticità dei problemi socio-politici sta pregiudicando sensibilmente le nostre possibilità di continuare con l'uscita della nostra rivista che ottiene poca pubblicità a causa della grave situazione economica. Denunciamo anche lo scarso interesse dello Stato italiano rispetto ai nostri bisogni.

- Oltre ad informare i lettori di ciò che riteniamo importante della vita in Italia, con la nostra rivista vogliamo essere uno strumento di rivitalizzazione dei rapporti in seno alla comunità dei nostri emigrati, fornendo loro un'immagine la più esaustiva possibile degli eventi vissuti e da vivere. A tale scopo usciamo da ormai un anno in quattro edizioni locali differenziate, per essere meno generici e più vicini a coloro a cui ci rivolgiamo.

- La nostra rivista ha per obiettivo la diffusione della lingua e della cultura italiane. Propende a dare, anche se modestamente, contenuto a quella che può essere definita "l'italianità vuota", ricordando agli italiani emigrati le loro radici e la loro cultura. Offriamo informazioni sia locali che provenienti dall'Italia. Le notizie che pubblichiamo riguardano soprattutto la collettività e hanno una certa inclinazione culturale.

- Offriamo un'informazione svincolata dalle forme propagandistiche – ancora troppo presenti – nei rappresentanti italiani che si recano all'estero – o che scrivono per l'estero – di volta in volta a portare la propria opinione.

Informazione attenta alla c.d. "società civile" spesso alternativa o più in avanti – almeno nelle intuizioni o nelle idee sulle cose fattibili – rispetto ai risultati della "politica".

- Sia per il giornale che per la radio i nostri argomenti riguardano la politica italiana in modo da informare i lettori e/o ascoltatori e da renderli coscienti della situazione politica e sociale del nostro paese. Inoltre affrontiamo, ovviamente, le questioni inerenti alla nostra Comunità.

- Dibattito politico, iniziative parlamentari, attività dei COMITES. Aggiornamento delle disposizioni legali in materia di voto con autorità consolari. Contatti con leaders italiani per dar spazio a loro opinioni. Diffusione di tipo didattico e sociale per incentivare la partecipazione civica alla trasformazione della società locale.

- Il nostro periodico ha per ora una periodicità mensile, non ha quindi un dialogo fluido con i suoi lettori. Costituisce però un mezzo di relazione con la collettività, portando gli avvenimenti più salienti del mese ed i temi più sentiti in patria, con un poco di sport per una visione generale dell'Italia. Si preferiscono quindi gli avvenimenti interni delle distinte associazioni e la loro relazione con l'Italia, dando risalto alle persone.

- Il nostro programma editoriale non sarà alterato, ma potenziato ed arricchito e seguirà il corso che il fondatore diede nel 1941, anno di fondazione: un giornale libero, vicino agli italiani emigranti, ricco di notizie, punti di vista, commenti, informazioni.

- Informazioni concernenti la congiuntura socio-politica in Italia, le disposizioni INPS, le disposizioni consolari, le tradizioni regionali italiane, lo sport.

**DOMANDA 2) RISPETTO ALLE ESIGENZE DELLA COLLETTIVITA' ITALIANA DEL PAESE DOVE LEI PUBBLICA IL SUO GIORNALE, QUALE RITIENE DEBBA ESSERE IL RUOLO DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE ITALIANI COLA' OPERANTI?**

- Il ruolo dei mezzi di comunicazione all'estero deve tendere secondo noi a due obiettivi fondamentali: mantenimento delle lingua e cultura italiane, soprattutto nelle nuove generazioni, che parlano sempre meno italiano, e valorizzazione dell'identità italiana nonché dell'apporto degli italiani all'estero nel campo dell'economia e della cultura.

- Di informare sui diritti e sui doveri in rapporto ai rapidi cambiamenti politici ed economici che influiscono su di loro. Inoltre dare un input sul recupero culturale e sulla promozione della italianità nel contesto multiculturale.

- È una domanda piuttosto complessa, chiave anche del successo (o rovina) delle testate... Anche di testate come il Corriere della Sera. Ma come cosa principale bisogna dire che il ruolo dei mezzi di comunicazione operanti nel Brasile sarebbe questo: occuparsi della comunità italiana e italo brasiliana del Brasile. Ciò vuol dire che tante cose distribuite dalle agenzie specializzate (e pagate per ciò) non c'interessano proprio. La grande comunità italo brasiliana è ben inserita nella società locale, quindi è anche brasiliana... fiera delle origini italiane, sì, ma, tranne quei pochi italiani nati o che hanno avuto la fortuna di andare a scuola (che per due volte è stata chiusa dal governo brasiliano), non riesce a leggere o parlare l'italiano. Al massimo, il Talian, trasmesso in famiglia...

- Informazione più aggiornata e documentata.

- Informazione sulle attività della comunità e un supporto al volontariato per stimolare opere benefiche.

- Prima di tutto una informazione a tutto campo sulla realtà italiana in modo da coprire almeno parte del divario tra i residenti in Italia e quelli all'estero in vista dell'esercizio del voto ma anche e soprattutto per colmare le enormi lacune causate dalla tirannia della distanza oltre che dalla insensibilità e dal disinteresse di tutti governi italiani degli ultimi 50 anni. Nonostante i notevoli passi in avanti fatti in questi ultimi anni per creare legami più forti tra l'Italia e gli emigrati di prima generazione, nulla si è fatto o si sta facendo per venire incontro alle esigenze d'informazione per le seconde, terze e anche quarte generazioni la cui prima lingua non è l'Italiano ma italiani si sentono affettivamente e spessissimo anche con passaporto italiano e quindi potenziali elettori. Il tempo utile per recuperare questi oriundi italiani sta per scadere anche in una nazione con una emigrazione "giovane" come l'Australia.

- Fornire agli italiani all'estero, se adeguatamente aiutati, una più ampia e costante informazione sulle amenità, sulle bellezze naturali e sulla ricchezza culturale dell'Italia.

- Democratizzare l'informazione, nel senso di fare conoscere a tutti i nostri connazionali le notizie che possano interessarli.

- I mezzi di comunicazioni italiani, anche se dotati di una scarsità di risorse, per il momento sono gli unici a tenere viva la comunità italiana in Gran

Bretagna. In questo momento particolare poi i media hanno un compito strategico fondamentale: far prendere coscienza alla comunità della nuova realtà; non più una comunità solo assistita, ma che ha qualcosa da dire e da dare.

- Qualità e pluralismo dell'informazione. Mettere i mezzi di comunicazione italiani all'estero in condizione di operare senza vincoli o addirittura pesanti condizionamenti, in maniera autonoma e democratica.

- La diffusione di informazioni del passato e del presente di tutta la comunità italiana.

- Comunicazioni ministeriali-consolari dirette agli italiani all'estero.

- Informare le collettività sui loro diritti; sull'evoluzione delle leggi (voto, pensioni, censimento).

- Più contatti diretti con le comunità all'estero, ogni comunità ha i suoi diversi problemi, non fare di tutte un fascio.

- La stampa è importante ma il ruolo di una Radio italiana sul territorio sarebbe un grande supporto per l'informazione.

- Il problema più grande che la comunità italiana in Germania ha è quello della sua identità sociopolitica e linguistica, che viene messa continuamente in discussione dalla maggioranza tedesca, la quale per lo più intende assimilare o omogeneizzare gli stranieri. In questo senso i media in lingua italiana o che comunque fanno vivere la comunità italiana, le danno una voce politica e sociale e in qualche modo una visibilità, hanno una ovvia importanza.

- Mantenere viva la cultura italiana e essere un ponte di collegamento e informazioni sulle realtà dell'Italia e del Paese di accoglimento.

- Oltre che sulla informazione il ruolo del nostro giornale si impernia sulla diffusione e difesa dei diritti della collettività in Argentina. Puntiamo anche sul tema della difesa della cultura e della lingua. In questo periodo storico della collettività italiana in Argentina il problema esistenziale degli emigrati é caratterizzato dalla necessità di ottenere informazioni circa le possibilità di lavoro e di impiego nella madre Patria. Per questo uno spazio rilevante viene anche dedicato al tema del rientro dei connazionali.

Si cerca di creare attraverso un'informazione circolare vincoli di interesse comune che aiutino le associazioni, le istituzioni della comunità e le autorità consolari a raggiungere obiettivi comuni per fronteggiare il momento di crisi che vive la nazione.

- Fare da collanti fra quanto avviene in Italia, nella nostre collettività e viceversa. Continuare a mantenere la cultura e la lingua italiane.

- Informazioni mirate.

- Aiutare il processo non concluso della integrazione, convincendo dell'importanza di scuola – lingua – cultura – formazione- professione.

- Il ruolo della nostra stampa continua ad essere importantissimo in quanto mezzo di comunicazione attraverso il quale puó esprimersi una collettività. Consideriamo che i nostri mezzi di comunicazione sono alla base dell'identità stessa delle comunità che in questo modo possono integrarsi senza però essere assimilate e disperse. Un mezzo di comunicazione, radiofonico, stampato, televisivo o virtuale che sia, non soltanto mantiene e rinnova i legami con la patria d'origine ma accompagna la costruzione di un'identità che é italo-.... secondo il paese in cui si vive. Ciò é importante sempre e in qualsiasi angolo del mondo. Nei paesi piú evoluti perché ricordare e ricordarsi

chi siamo ci aiuta a non cadere nella trappola del volerci confondere con società che ammiriamo o in cui temiamo l'emarginazione, nelle altre perché i momenti di crisi richiedono compattezza e solidarietà. Senza i mezzi di comunicazione questo discorso semplicemente sarebbe un'utopia.

- Pensiamo che il ruolo del nostro giornale sia quello di seguire e registrare le realizzazioni e i progressi della comunità italiana di Montréal e del Québec.

- Informare e diffondere in una forma cosciente soprattutto oggi che c'è un flusso di informazione più preciso e rapido, grazie alla e-mail e a Internet.

- Dovendoci sempre adattare ai bisogni dei nostri lettori, abbiamo ridisegnato le nostre rubriche secondo quanto ci veniva testimoniato da molti di loro: si aspettano maggiori informazioni su ciò che esiste per loro, sulle iniziative a cui potrebbero partecipare, un maggior input di cultura e di storia, spiegazioni brevi e chiare sulle questioni politiche e sociali.

- Non solo diffondere le notizie che interessano la collettività, ma anche offrire la possibilità di chiarire dubbi che possano avere i lettori, rispondendo alle loro domande, ossia dando luogo a un "dialogo coi lettori", con spiegazione su casi specifici.

- Essere reale collegamento tra la propria Patria di origine ed il Paese nel quale ora le persone risiedono.

Reale collegamento significa capacità di riportare tutte ed indistintamente le opinioni espresse senza enfatizzare la propria idea o demonizzare quella avversaria o semplicemente un po' diversa.

- Il ruolo dei mezzi di comunicazione è di grande importanza, perché essi penetrano in tutte le famiglie, tenendole al corrente delle nuove leggi e delle

iniziative che lo Stato italiano intraprende verso i connazionali all'estero. In particolare, la Comunità italiana in G.B. è sparsa in zone talvolta difficilmente raggiungibili, se non attraverso una radio o un giornale spedito direttamente a casa. E ciò ora è quasi impossibile per i costi e le difficoltà in cui versano i nostri mezzi d'informazione.

- Informazione su attività politiche nazionali e regionali e sulla vita, sviluppo e relazioni tra i gruppi e le associazioni della comunità. Equilibrio del rapporto con la globalizzazione attraverso il riscatto della memoria storica (50 anni di presenza italiana in Venezuela)

*- Principalmente è un strumento di coesione interno e di conoscenza mutua, conservando la propria identità italiana in Uruguay e un mezzo di conservazione della lingua di origine.*

DOMANDA 3) IN CHE MODO LEI RITIENE CHE LO STATO ITALIANO E LE REGIONI ITALIANE DEBBANO AGEVOLARE L'ATTIVITA' INFORMATIVA DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE ITALIANI PRESENTI ALL'ESTERO?

- Innanzitutto con sostegni finanziari adeguati e con la pubblicità istituzionale. Ma i contributi dovrebbero essere elargiti con criteri selettivi, favorendo le testate che fanno veramente informazione.

- Prima di tutto con un maggiore sostegno finanziario e poi con materiale editoriale, incluse foto, la possibilità di accedere a corsi per giornalisti con maggiore enfasi sull'informatica e l'uso di internet e possibilità di scambi con redazioni italiane.

- Con una politica globale della comunicazione: questo deve essere un compito, un obiettivo di governo. A nostro avviso, pensiamo che è importante il sostegno anche per contribuire, a far sì che le testate riescano a sopravvivere... è questo il punto principale. Da parte nostra, per esempio, non abbiamo mai ricevuto una lira.

- Prima di tutto con l'offerta di informazioni sempre più aggiornate e abbondanti; e in secondo luogo con sostegni sul piano finanziario per mezzo di inserzioni pubblicitarie, sia da parte dello Stato che delle Regioni, sollecitando i privati a propagandare i loro prodotti o la loro presenza per mezzo di tali inserzioni pubblicitarie.

- Lo Stato potrebbe aumentare il sostegno economico finora troppo scarso. Dobbiamo fare investimenti continui per adeguare gli strumenti di lavoro alle esigenze di oggi (macchina fotografica digitale, registratore di CD, scanner, computer...).

Ogni Regione potrebbe finanziare, per esempio, una quantità di abbonamenti a favore dei nostri connazionali i quali non possono permetterselo (succede in America Latina). In cambio noi potremmo offrire uno spazio fisso di informazioni delle stesse Regioni.

- A nostro avviso e per quanto riguarda la situazione Australiana è stato fatto un grosso salto in avanti nel settore dell'informazione in lingua italiana. Dove esiste una lamentevole mancanza di attenzione e di risorse e<sup>1</sup> invece nel settore dell'informazione in lingue estere, soprattutto in inglese. Cominciare quindi ad appoggiare organi di stampa dedicati esclusivamente alle notizie italiane ma stampate, o trasmesse, in lingue estere. Questi organi, che in verità sono pochissimi, hanno diritto, forse ancora più di altri, ad un contributo del governo italiano la cui legislazione in proposito si limita a testate in lingua italiana e le cui tirature sono sempre in flessione.

- Mediante l'aiuto finanziario e una più equa assegnazione a giornali in lingua italiana, che operano fuori dell'Italia; di inserzioni pubblicitarie, attualmente

riservate e distribuite quasi totalmente a periodici e giornali più quotati, stampati in Italia.

- Fornendoci informazioni sulle iniziative da loro prese a favore della comunità italiana, dandoci così la possibilità di essere più visibili nel mondo intero, anche attraverso Rai international, aiutandoci finanziariamente, sia i giornali cartacei che i giornali web.

- Lo Stato , rappresentato dalle Istituzioni per gli Italiani all'estero deve fornire ai cittadini informazioni e ascoltare quello che le comunità dicono. Tutto questo lo possono attuare le testate e le radio. C'è bisogno di più risorse che lo Stato dovrebbe dare. Le Regioni a loro volta dovrebbero maggiormente attivare il contatto con le associazioni regionali, provinciali e comunali: e i media potrebbero fare da tramite in questo contatto. Le Regioni possono molto in questo momento di grave crisi per le associazioni.

- Sia lo Stato Italiano che le regioni possono contribuire in un modo doppio, da una parte, fornendo informazioni di prima mano ed ufficiali, questo ci permetterebbe di essere utili e originali. Dall'altra parte, lo Stato Italiano potrebbe utilizzare la pubblicità istituzionale per finanziarci.

- Con bollettini periodici informativi e formativi statali e regionali a TUTTI i mezzi di comunicazione italiani all'estero.

- Con finanziamenti per assicurare un servizio costante e migliore e con una maggiore collaborazione.

- Sostenendoci con mezzi finanziari e informativi.

- Io credo che attualmente siamo adeguatamente informati su ciò che succede in Italia. Informazioni via internet, televisione RAI diretta, e dirette informazioni tramite agenzie di stampa italiane.

- In primo luogo con un aiuto finanziario, perchè purtroppo oggi tutti conosciamo la difficoltà che incontra l'informazione stampata.

- Sembra paradossale ma dopo l'approvazione del voto all'estero, nessuno pensa a un piano che appoggi la stampa e l'informazione in maniera efficace e non clientelare. Fare un progetto efficace che risponda alle esigenze di creare identità attraverso l'informazione. Questo è quello che ci augureremmo. Ci troviamo invece di fronte a una realtà diversa: gli unici progetti specifici che

vengono presentati – come quello che è stato presentato da noi – vengono bocciati dal CGIE per ragioni di clientela.

- Devono collaborare incentivando la pubblicità istituzionale, degli Istituti di Commercio Estero che promuovono ditte che operano nel paese estero, ecc.

- Sia lo Stato che le Regioni dovrebbero ricorrere all'inserimento di pubblicità istituzionale che attraverso i mezzi di comunicazione raggiungerebbe capillarmente tutta la collettività.

- Forse offrendo più materiale da pubblicare.

- Maggior sostegno economico.

- Maggiore sostegno finanziario ed un interscambio permanente di dati statistici, notizie di eventi o iniziative relative agli emigrati italiani per o dalla Germania, in particolar modo per le Regioni meridionali notoriamente coinvolte ancora oggi nei flussi migratori.

- Innanzi tutto riconoscendo il lavoro che svolgono nel mondo i nostri mezzi di informazione e riconoscendo il ruolo che hanno nel mondo le nostre comunità. Se si incominciasse, ma nella pratica e non nelle teorie dei discorsi di occasione, a guardare all'Italia fuori d'Italia come ad una risorsa e non come ad un problema, il rapporto certamente diventerebbe più positivo per tutti. In concreto il governo italiano dovrebbe riconoscere ai mezzi di comunicazione italiani all'estero gli stessi benefici che riconosce a quelli che si pubblicano in Italia. Questo significa, per esempio, inserirli nel budget pubblicitario. Le regioni potrebbero sponsorizzare pagine di pubblicità redazionale che potrebbero utilizzare per inviare all'estero informazioni utili per i loro correghionali e anche quelle turistiche.

- Fornendo materiale redazionale e fotografico di qualità in tempi reali e non un mese dopo come a volte succede, materiale sia a contenuto nazionale che regionale, soprattutto delle regioni più rappresentate nella nostra comunità.

- Inviando giorno per giorno informazioni e aiutando chi informa in una maniera disinteressata, per il solo fatto di trasmettere informazioni a tutti.

- Manca un riscontro del nostro lavoro presso lo Stato e le Regioni: non sappiamo quale sia il loro eventuale apprezzamento. Occorrerebbe, inoltre, consultarsi annualmente per delle iniziative in comune, proponendo anche un preventivo sulle spese.
- Le agenzie nazionali svolgono un compito importante mandando informazioni di diverso genere, le regioni potrebbero assolvere lo stesso compito dando particolare interesse alle notizie politiche, sociali, culturali, ecc. che riguardano in modo particolare la regione.
- Sostenendoci economicamente o favorendo il nostro sviluppo nel radicamento sul territorio.
- Mediante un piu` cospicuo stanziamento di fondi; inoltre le regioni dovrebbero promuovere i loro prodotti attraverso la stampa dei Paesi dove intendono creare un nuovo mercato.
- Attraverso la realizzazione e distribuzione di bollettini informativi periodici. Con bollettini telematici e con materiale aggiornato degli aspetti turistici e del tempo libero associati alle iniziative solidaristiche di miglioramento e di valorizzazione dell' uomo e del suo ambiente.
- L'abbondanza di agenzie informative e l'accesso a Internet dà la possibilità di una scelta esauriente di informazioni provenienti dall'Italia, manca invece l'elaborazione di una sintesi sia politica che sociale, sportiva o di temi in discussione che ci sarebbe di grande utilità.

- Le informazioni che riceviamo grazie agli abbonamenti offerti dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri alle varie agenzie di stampa sono più che sufficienti. Solo un aggiornamento dei contributi è indispensabile per mantenere il sistema informativo all'estero in vita.

- Le istituzioni italiane, soprattutto lo Stato e le Regioni potrebbero inviare gratuitamente ai media italiani all'estero informazioni di avvenimenti importanti con foto e relative didascalie (non come fanno oggi alcune ben note agenzie, le quali inviano foto senza una nota di spiegazione) riguardanti informazioni socio-politiche, turistiche, il made in Italy.

**DOMANDA 4) IN CHE MODO LEI RITIENE CHE LO STATO ITALIANO E LE REGIONI ITALIANE DEBBANO CONTRIBUIRE ALLA FORMAZIONE DEI GIORNALISTI ITALIANI OPERANTI ALL'ESTERO?**

*- Con corsi di formazione in Italia e tirocini presso giornali nazionali e regionali e servizi redazionali radio-tv.*

- Attraverso borse di studio e attraverso esperienze dirette con redazioni italiane e stretta collaborazione con le testate italiane.

*- Ogni paese ha la sua realtà. In Brasile, per esempio, giornalisti si diventa all'Università. E non abbiamo notizie sulla possibilità di riconoscimento automatico di una laurea italiana. Più della formazione (così compresa la laurea che concede la possibilità di esercizio professionale), è importante l'aggiornamento. In questo senso, sarebbe molto utile un programma di stage in Italia (in scuola e non) ai giornalisti qui operanti.*

- Non saprei come rispondere alla domanda; però vorrei far notare che i giornalisti operanti all'estero dovrebbero godere di maggiore considerazione in Italia, e non essere trattati come professionisti di secondo rango. È una questione dibattuta da lungo tempo, comunque.

- In due modi: 1) Per chi domina bene la lingua italiana con qualche corso rapido di metodologia giornalistica che aiuti a scrivere un articolo decente. 2) Per chi non conosce la lingua: lo stesso corso, però nel Paese di residenza. L'interesse per la cultura italiana e le attività di comunità sono un presupposto. Oggi è importante il bilinguismo nelle nostre testate.
  
- Con borse di studio a favore di giovani giornalisti o studenti di giornalismo, ai quali viene data l'opportunità di lavorare nelle redazioni delle maggiori testate nazionali e regionali.
  
- Mediante convegni e borse di studio per tutti quei giovani di origine italiana che volessero intraprendere la professione giornalistica.
  
- Promuovendo corsi di specializzazione e aggiornamento in Italia.
  
- In questi anni è stata fondata la ASIGB (Associazione Stampa Italiana di Gran Bretagna): ha contatti con la FNSI e con la CNOG. Nell'ultimo convegno di Londra è stato affrontato anche il nodo dei giornalisti che lavorano all'estero e che non sono corrispondenti. Bisogna cominciare con il riconoscere lo status di giornalisti a chi se lo è meritato sul campo. Lo Stato e le Regioni dovrebbero cominciare a svegliarsi.
  
- Dopo che si lavora alcuni anni nel settore dell'informazione, si ha la necessità di aggiornare il modo di lavoro e d'innovare. Questo è strettamente vincolato alla possibilità di formazione. Si dovrebbero quindi valutare proposte di formazione nel settore della comunicazione, magari organizzando stage.

- Con borse di studio statali e regionali per corsi di specializzazione e aggiornamento.

- Con corsi di formazione e aggiornamento.

- Stage, convegni, viaggi di giornalisti.

- Mandando i futuri giornalisti in loco per conoscere direttamente le comunità italiane; scambio di giornalisti con le più importanti testate dei giornali italiani.

- Forse agevolandoli, facilitando loro la possibilità di avere una carta di giornalista, sempre beninteso dopo precisi e accurati accertamenti, per impedire come succede oggi, il proliferare di pseudo giornalisti, che si sono auto-nominati e che fanno il più grande torto alla nostra comunità.

- Attraverso stages formativi in diretto contatto con le organizzazioni di giornalisti italiani che si muovono nel territorio e in collaborazione con l'Ordine Nazionale e con la FNSI, oltre che con la FUSIE.

*- Organizzando (gratuitamente) corsi di formazione tanto professionale che imprenditoriale.*

*- Attraverso stage e corsi di aggiornamento professionale che dovrebbero essere costanti per informare i nostri operatori sulla realtà italiana.*

Lo Stato dovrebbe assumere il ruolo di coordinatore delle iniziative intraprese dalle varie Regioni.

- Organizzando corsi di formazione in Italia o nei Paesi di residenza.

*- Offerta di stage formativi sia a carattere generale sia relativamente a tematiche specifiche in merito ai contenuti, ma anche alle tecniche.*

- Attraverso stage presso redazioni di media italiani, attraverso corsi di aggiornamento da effettuare sia in Italia o in loco con la presenza di esperti del settore.
  
- Realizzando corsi e stage in Italia in agenzie di informazione dove si lavora seriamente. D'altra parte si dovrebbe formare i giovani che desiderino intraprendere la carriera giornalistica.
  
- Si dovrebbe nominare una testata operante in un certo Paese come tutrice diretta del giornalista in formazione. Assicurata dallo Stato la sussistenza economica di quest'ultimo nel suo periodo di apprendimento, gli si dovrebbe dar modo di inserirsi nel mondo associativo italiano, di partecipare alle iniziative locali della comunità italiana, e di verificare i suoi progressi presso la testata che lo segue. Vengano, inoltre, proposti degli stages in Italia per l'affinamento di tecniche e competenze professionali presso grandi giornali.
  
- In generale i giornalisti che operano qui in America Latina hanno un buon livello di capacità professionale, che senza dubbio potrebbe migliorare con una stage presso le case editrici italiane, non solo dei giornali più importanti, ma specialmente presso quelle che pubblicano giornali e/o riviste di carattere maggiormente regionale, perché il nostro fine non è fare concorrenza ai grandi quotidiani nazionali.
  
- Mediante stages o scambi di praticanti e avviando anche all'estero corsi per gli aspiranti giornalisti delle testate locali.
  
- Attraverso la istituzione di borse di studio nei Paesi di maggiore presenza italiana. Attraverso stages in sedi di giornali nazionali o regionali, oltre a facilitare rapporti con università nelle facoltà di giornalismo e sociologia.

- Organizzando specialmente per i giovani i corsi di formazione. La conoscenza di tecnologie adottate in Italia sarebbe molto utile. Mancano invece una tempestiva comunicazione di iniziative già in atto e agevolazioni per la partecipazione.

- Lo Stato italiano e le Regioni potrebbero organizzare degli stages di almeno 30 giorni che darebbero la possibilità ai nostri giornalisti di familiarizzare con i colleghi in Italia e apprendere nuove tecniche per poi metterle in pratica qui in loco e migliorare quindi il prodotto editoriale della loro testata. Si potrebbe inoltre dare la possibilità di equiparare i giornalisti che operano all'estero e iscriverli anche all'Albo regionale di provenienza, previa dimostrazione dello svolgimento effettivo dell'attività giornalistica presso un media in regola, iscritto nei registri del Consolato.

*- Tramite borse di studio, partecipazione a convegni ad hoc per giovani giornalisti italiani operanti all'estero i quali abbiano una buona conoscenza della lingua italiana.*

*- Siamo fermamente convinti che per fare informazione è indispensabile e indilazionabile che lo Stato e le Regioni promuovano specifici corsi, "stages", seminari di formazione e di qualificazione degli operatori della comunicazione, in modo da formare una appropriata coscienza deontologica professionale.*

DOMANDA 5) RITIENE CHE LA NORMATIVA ITALIANA ATTUALMENTE IN VIGORE CHE DISCIPLINA IL SOSTEGNO AI MEZZI DI COMUNICAZIONE ITALIANI ALL'ESTERO DEBBA ESSERE MODIFICATA? COME?

- Le modifiche dovrebbero avvenire nella direzione delle proposte e promesse scaturite dalle varie Conferenze dedicate agli italiani all'estero.

- Sì. Con un più preciso impegno finanziario che tiene conto delle realtà economiche e del ruolo dei mezzi di comunicazione nella realtà in cui operano. Si deve fare anche una distinzione tra i mezzi di comunicazione privati con possibilità di profitto e quelli comunitari che hanno bisogno di un maggiore sostegno.

- Con urgenza e radicalmente. Per esempio: le nostre domande di contributi sono state ignorate con l'argomento che il nostro giornale non viene scritto prevalentemente in lingua italiana. Però in realtà il nostro giornale è bilingue. Cioè, lo stesso testo è scritto in italiano e in portoghese. A nostro avviso quindi la lingua utilizzata dal nostro giornale è italiana al cento per cento. Con il *plus* di essere anche in portoghese, aiutando la diffusione della lingua e della cultura italiana... tanto è vero che il nostro giornale viene adottato come strumento didattico ausiliare nelle scuole della rete sostenuta dal MAE per la lingua e cultura italiana... Ci sono anche altre iniziative, come radio e Internet (il nostro giornale ha anche un sito Internet) anch'esse però senza contributi.

- Anche di questa questione se ne parla da molto tempo, e sempre si è fatto notare che i sussidi sono inadeguati. I recenti annunciati aumenti non sono ancora giunti e perciò è difficile dire.

- Farei entrare fra gli aderenti alla Fusie le pubblicazioni perlomeno mensili con un minimo di pagine da definire ed edite a stampa (non fotocopie o ciclostilati).

Tutti sappiamo che qualche editore moltiplica la sue testate a piacere... Bisogna trovare un modo di controllo locale più efficiente.

- Dare un maggiore sostegno finanziario alle piccole testate che continuamente si dibattono fra moltissime difficoltà per mantenersi in vita.

- Si; prevedendo più risorse finanziarie.

- Deve essere modificata la quantità del contributo: è davvero vergognoso quello che danno alle testate. Per far questo bisogna che qualcuno della Fusie o del CGIE (ma non affiliato a partiti) possa partecipare al tavolo delle trattative quando si riunisce la commissione ad hoc per dare i finanziamenti. Finora abbiamo visto le briciole. Se qualcuno della Fusie ci rappresentasse non prenderemmo le briciole.

- Secondo noi la normativa italiana é oramai obsoleta, ha dimenticato che gli anni sono passati, che l'emigrati sono sempre meno, che capiscono più la lingua locale che l'italiano, che l'italiano almeno in America Latina non é molto diffuso. Spesso quindi l'utilizzo della sola lingua italiana non è sufficiente per informare. La legge deve venire modificata in questo senso, é peraltro deve essere più trasparente nella sua applicazione.

- Il sostegno della stampa italiana all'estero è insufficiente, dovrebbe essere incrementato sostanzialmente.

- Maggiore equità nella distribuzione dei fondi.

- Sì. Prevedere delle sovvenzioni più importanti. Insetti pubblicitari istituzionali (AIRE, voto, ecc).

- Non so in quali condizioni si trovino le altre testate. Dai contatti avuti con altri giornali simili al nostro, senza le sovvenzioni che arrivano dalla regione e qualche cosa ogni tanto da Roma, non si riuscirebbe a stamparli.

- Se ben gestita e sempre con equità, mi sembra che la normativa oggi in vigore sia valida.

- La poca esperienza che abbiamo con i sussidi per la stampa estera ci dice che è molto esigua. Si deve verificare CHI realmente se la merita, e se i CRITERI attuali sono rispettati. Una tiratura minima di 5 mila copie è un valore ALTO per molte testate.

- Certo che dovrebbe essere modificata!

E' da tutti criticata l'impostazione che é stata posta in atto in questi anni per l'assegnazione dei contributi; bisogna lasciare da parte criteri di appartenenza a determinate correnti politiche e prendere in considerazione il ruolo che svolge un determinato mezzo di comunicazione in una nazione. Pensiamo che l'Argentina, data la situazione politica e sociale nella quale si trova, meriti un'attenzione speciale.

- Modificarla? Questo dovrebbe essere avvenuto da tempo. Non vorrei apparire ingrato, ma il sostegno che riceviamo copre appena le spese di una pubblicazione. Come modificarla? A dire il vero, oggi, non saprei.

- Deve tener maggiormente conto dei contenuti, non del numero di pagine o della tiratura.

- Potenziamento dei mezzi di comunicazione italiana all'estero; una loro distribuzione oculata e controllata; contratti di pubblicità sicuri per contenuti e tempi di erogazione.

- É ben noto a tutti che, cosí come sono concepiti, i contributi italiani non servono a sostenere minimamente la stampa italiana all'estero. Degli altri mezzi di comunicazione non si puó neanche parlare dal momento che per loro non é previsto assolutamente nulla. Consideriamo sia arrivato il momento per noi stessi di fare un salto di qualità e per il governo italiano di aiutare, realmente, i mezzi di comunicazione che svolgono un lavoro serio e professionale. Questo implica per esempio anche la possibilità di accesso a crediti agevolati finalizzati al rinnovo delle attrezzature.

- Riteniamo che i giornali italiani all'estero debbano ricevere maggiori contributi previa selezione delle testate in base alla loro qualità, al ruolo che svolgono, alla loro tradizione.

- Le modifiche dovrebbero farsi urgentemente per dare possibilità ai piccoli giornali e riviste di essere finanziati in parte. E' importante inoltre includere anche le radio nella legge perché non hanno mai ottenuto finanziamenti di alcun genere.

- La normativa nel suo testo è molto promettente; va però rivisto, a nostro avviso, il criterio di distribuzione dei finanziamenti. Altra lacuna è il contatto diretto (le cosiddette "sinergie") con lo Stato e le Regioni. Funziona abbastanza bene, invece, il collegamento con le agenzie specializzate d'informazione.

- Credo che non si debba "fare di tutt'erba un fascio". Le situazioni sono diverse. La situazione economica-sociale di un Paese puó favorire o no lo sviluppo dei mezzi d'informazione. La tiratura, se é importante, é un elemento di vantaggio per conseguire sponsors. Se la città dove si edita, é piú importante, di sicuro ci saranno grandi aziende che hanno piú possibilità di dare appoggio economico alle pubblicazioni. Perció, in proporzione, hanno piú bisogno di sostegno le pubblicazioni piú modeste perché causano maggiori sacrifici personali e finanziari che si affrontano, perché desiderosi di essere utili.

Sono tutti fattori da tenere in conto.

- Favorendo le testate piú in difficoltà. Spesso le difficoltà sono date dalla scelta di rifiutare l'appartenenza partitica od anche semplicemente politica.

Questa scelta – che spessissimo coincide con una assai maggiore capillarità di diffusione sul territorio – rischia di essere, ingiustamente penalizzata.

- Assolutamente sì, riesaminando innanzitutto la lista dei destinatari dei contributi, operando una cernita a favore delle testate che escono con regolarità a discapito di quelle fantasma o che pubblicano pochi numeri all'anno.

- Stabilire un maggiore contributo ai Paesi in peggiori condizioni economiche e sociali ed alle testate senza fine di lucro. Superare da parte della gestione italiana, in materia di stampa all'estero, la politica del fare tutto in casa e invece destinare all'estero maggiori risorse umane e finanziarie per ottenere un giusto equilibrio.

- Ci risulta difficile in questo momento, per l'attuale situazione economica, ottenere inserti pubblicitari locali. Qualcosa si potrebbe ottenere dall'Italia.

*- Con l'adeguamento del contributo alla stampa italiana all'estero che è oggi assolutamente insufficiente a mantenere in vita un servizio indispensabile per le nostre comunità al fine di essere al corrente della realtà italiana.*

*- Diciamo subito che il sostegno ai mezzi di comunicazione italiani all'estero da parte della Presidenza del Consiglio (2 miliardi di vecchie lire) è insufficiente e mal distribuito. Secondo noi, e come promesso dal Ministro Tremaglia, anche prima di diventare Ministro, i contributi dovrebbero essere dell'ordine di 10 miliardi delle vecchie lire. Ci auguriamo che presto il Governo faccia questa importante concessione, promessaci e dovuta. Vogliamo inoltre evidenziare che la distribuzione dei contributi a pioggia, facendo di un'erba tutto un fascio, non ci pare giusta.*

*- La disciplina e il sostegno ai mezzi di comunicazione della stampa italiana all'estero e per l'estero ha indubbiamente bisogno di modifiche. La stampa italiana d'emigrazione incontra notevoli difficoltà per svolgere efficacemente il suo ruolo, a causa dell'assoluta carenza di mezzi finanziari e dell'inadeguatezza dei contributi previsti dalla legge sull'editoria, per la scarsa aderenza alle singole specifiche realtà sul piano applicativo delle norme di attuazione; per gli intollerabili ritardi nella erogazione dei contributi stessi; per l'insufficienza dei flussi e dei contenuti informativi; per l'avvertita necessità di maggiori rapporti con le istituzioni italiane, centrali e periferiche. Pertanto si richiede il potenziamento delle strutture redazionali con l'incremento dell'importo dei contributi, con la modifica delle norme di attuazione, in modo da assicurare una più oculata attribuzione dei contributi a quelle testate capaci di recepire un discorso all'altezza del loro compito.*

DOMANDA 6) IN QUESTI ULTIMI ANNI E' EMERSO SEMPRE PIU' FORTE IL BISOGNO DELLA COSIDDETTA "INFORMAZIONE DI RITORNO" VERSO L'ITALIA. QUALE POTREBBE ESSERE IL RUOLO DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE ITALIANI ALL'ESTERO PER CONTRIBUIRE A REALIZZARLA?

- I mezzi di comunicazione italiani all'estero dovrebbero poter stabilire una sorta di partenariato con i mezzi di comunicazione in Italia in modo da veicolare ad ampio raggio le informazioni su ciò che sono, fanno e rappresentano gli italiani all'estero. Dovrebbe essere messa in cantiere una trasmissione periodica TV, tipo "Porta a Porta", con la partecipazione di giornalisti italiani all'estero e personaggi di spicco del mondo degli italiani all'estero.

- Nel fornire, attraverso accordi e collaborazione con i mezzi di comunicazioni italiani, articoli, interviste e pareri dal mondo dell'emigrazione.

- Ma che informazione di ritorno? Quella che vuole il colonizzatore verso il colonizzato? Quella prodotta dalle agenzie italiane che conoscono poco o niente della nostra realtà? (anche qui ci vuole "ritorno"!)

Ad esempio, quando un ministro italiano viene in Brasile, sarebbe utile anche all'Italia sapere cosa ne pensiamo noi italo-brasiliani e non cosa immaginano gli italiani che possono pensare i brasiliani... A noi sembra che la vera informazione di ritorno (di massa) sarebbe quella prodotta dai mezzi di comunicazione italiani all'estero. Anzi, dai mezzi di comunicazione all'estero, compresi quelli che si occupano del discorso Italia. In questo senso, il nostro contributo, se desiderato dall'Italia, sarebbe non solo possibile, ma utile.

- Bisogna trovare il modo, appunto, affinché i mezzi di comunicazione in Italia sappiano quello che dicono i giornali all'estero, perché ci sono molte cose che avvengono nelle comunità italiane all'estero che sono ignorate in Italia. Non sarebbe male se qualcuno includesse una rubrica: "Echi della nostra stampa all'estero".

- Se avessimo un adeguato finanziamento si potrebbero realizzare delle ricerche specifiche su: storia, personaggi, industrie, imprese piccole e medie, scienziati, prodotti... o su altri temi che potrebbero interessare in Patria. La

Fusie, presso la quale dovrebbe convergere tutta la nostra stampa, potrebbe essere il ponte che distribuisce l'informazione presso le Regioni e gli organi competenti di Stato.

- Anche questa domanda invita alle stesse considerazioni contenute nella risposta numero 3. Come si può fare informazione di ritorno di qualità e di genuino interesse all'utente italiano quando il genere di notizie che emanano dalle prime generazioni sono piuttosto ripetitive come ad esempio .....”l'emigrante che parte con la valigia legata con lo spago, che fa enormi sacrifici e che poi riesce ad accumulare una fortuna”.....Non ci sono dubbi che quando si parla di italiani inseriti in posizioni prestigiose in politica, nella pubblica amministrazione, le arti, le grandi industrie, la ricerca, la scienza , le università, la letteratura ecc. si parla nove volte su dieci di italiani di seconda e terza generazione i quali hanno una scarsissima conoscenza (se l'hanno affatto) della lingua italiana. E' da questo gruppo che una buona fetta dell'informazione di ritorno deve provenire per poter interessare il consumatore dei media in Italia.

- Far conoscere agli italiani all'estero tutte le attrattive possibili che l'Italia moderna è capace e disposta a offrire ai suoi nostalgici figli lontani.

- Notevole, poiché quello che succede all'estero nelle varie circoscrizioni consolari, è alla portata quotidiana dei giornali locali italiani, oltre alla possibilità di essere visibili su Rai international, i giornali italiani potrebbero fare degli accordi coi giornali all'estero, riservando loro uno spazio apposito.

- Le testate italiane all'estero possono fare notizia. E il soggetto della notizia può essere la comunità italiana locale. Finora l'informazione di ritorno l'hanno fatta solo i corrispondenti, ma a modo loro, cioè solo quando nella comunità italiana avveniva un fatto di cronaca nera, per esempio l'italiano che è entrato nella stanza del principe Carlo è notizia per i corrispondenti. Non è invece una notizia per la stampa italiana all'estero. Un convegno su altre tematiche come per esempio la tossicodipendenza nella nostra comunità sarebbe ed è stato materia per l'informazione di ritorno. Ma gli esempi potrebbero continuare. L'informazione di ritorno della stampa italiana all'estero sarebbe comunque radicalmente differente dalla informazione di ritorno fatta dai corrispondenti. Una questione di stile e di vivere un'esperienza radicalmente diversa.

- I giornali italiani all'estero sono in una posizione privilegiata per contribuire all'informazione di ritorno, almeno quelli come il nostro incentrato sulla produzione informativa locale. In questo senso possiamo contribuire con informazioni interessanti, ma ci chiediamo chi la veicolerà poi agli italiani in Italia?

- Con la partecipazione e collaborazione dei mezzi di comunicazione in Italia.

- Maggiori contatti diretti e più spazio ai problemi degli italiani all'estero.

- Conoscere la realtà degli italiani in loco.

- Far conoscere agli italiani in Patria come vivono le comunità all'estero.

- Questo in effetti è un complesso problema; ad oggi non esiste un'informazione vera e propria di ritorno verso l'Italia. Suggestirei un organismo che legga la stampa all'estero, e ripeto quella che ne ha le

credenziali, per far sì che si possa sapere quello che succede nelle differenti comunità all'estero.

- Gli organi di informazione all'estero e i giornalisti che ci lavorano sono gli unici in grado di realizzarla. Rimane da vedere "quale e per chi?". Quindi occorre canalizzare le risorse.

- Con maggiore risorse ci possiamo impegnare a fornire regolarmente copie dei nostri materiali informativi locali. Si potrebbero fare scambi regolari con testate italiane.

- Dovrebbe essere compito delle singole testate emesse all'estero inviare in forma sistematica (una parte gratuita e una parte sottoscritta dalle Regioni o dalla Stato) copia delle pubblicazioni ai centri che venissero segnalati. Nelle rassegne televisive o radiofoniche meriterebbero essere citati non solamente i periodici giornalieri o settimanali, ma anche le riviste e i giornali a diffusione quindicinale o mensile.

- I giornali italiani all'estero svolgono di già questo ruolo e forniscono da tempo "informazione di ritorno" verso l'Italia. Basta leggere i nostri giornali o i nostri website e apprenderete quanto avviene nelle nostre collettività. Forse sarà necessario qualcuno che ci coordini e a questo riguardo educi gli italiani d'Italia.

- A livello regionale, molto importante.

- Un coordinato interscambio, con contributi giornalistici – debitamente remunerati – da inserire nel circuito dei mezzi di comunicazione nazionali e regionali.

- Le redazioni dei giornali italiani all'estero potrebbero essere l'ideale punto di appoggio per far giungere ai mezzi di comunicazione italiani non soltanto informazioni riguardanti le nostre comunità ma anche quelle dei paesi in cui vivono. L'informazione di ritorno sarebbe un veicolo importantissimo per abbattere i tantissimi luoghi comuni che ancora oggi continuano a circondare il mondo dell'emigrazione.

- Potrebbero esserci due soluzioni: la prima è quella di selezionare periodicamente il contenuto delle varie testate locali per proporlo al pubblico italiano. La seconda ipotesi sarebbe quella di dare mandato ad una o più testate locali di sviluppare determinati temi sulle realtà locali che possano interessare i lettori italiani.

- I nostri mezzi di comunicazione fanno di solito il lavoro inverso: si occupano di un'informazione di ritorno verso il paese d'emigrazione. Solo la RAI e i grandi editori possono avere un impatto sull'opinione pubblica italiana. Le nostre testate possono contribuire notevolmente a far giungere informazioni giornalmisticamente interessanti a questi canali, una volta raggiunto un accordo globale (valido per tutte le testate prese insieme) con loro. Ne risulterebbe un'immagine meno stereotipata degli italiani all'estero.

- Innanzitutto bisogna chiarire in che consiste quest' "informazione di ritorno" e perché se ne sente bisogno. Non credo che si voglia semplicemente sapere cosa è riuscito ad ottenere o raggiungere l'italiano all'estero, né fare una statistica di quanti hanno trionfato e quanti no. Per l'informazione di ritorno credo che più che i mezzi di comunicazione sarebbero utili le associazioni, che conoscono tanto gli italiani residenti, come le possibilità che, prima facie, potrebbe offrire il mercato locale per i singoli prodotti.

Credo che l'Italia debba valersi delle tantissime associazioni esistenti. E resta la domanda : “con la diffusione della cultura italiana, che facciamo?” La sua diffusione può servire anche per fini commerciali?

- Informando onestamente su come si sviluppa il Paese Italia, su come il Paese Ufficiale si interessa ai residenti all'Estero, la quasi totalità dei quali è stata “costretta” ad emigrare.

- E` un tentativo già sperimentato e miseramente fallito, in quanto i giornali nazionali e provinciali italiani si disinteressano di ciò che accade nelle comunità dei connazionali all'estero.

- Premesso che le notizie che possono pervenire dalle comunità italiane all'estero sono meno attraenti della attualità e della cronaca italiana, si suggerisce di operare su testate italiane locali che sono più interessate affettivamente ai loro connazionali all'estero e che possono dare maggior risalto alle *success stories*. Istituzionalizzare, per ottimizzare i costi, un punto unico di distribuzione in Italia di tutte le riviste e pubblicazioni estere che possono arrivare con linee aeree di bandiera. La FUSIE potrebbe stabilire un premio annuo per il servizio sulle vicende più interessanti di emigrati.

- I nostri lettori sono locali, ma potrebbero essere strumenti di base per una comunicazione di ritorno.

*- Basterebbe che gli italiani in Italia leggessero i nostri giornali.*

*- Il mondo ormai si è globalizzato e quindi è molto più facile comunicare alla madre Patria anche le nostre abitudini, le nostre aspirazioni, i nostri successi, ecc. Per far ciò, si ha bisogno dei media italiani che ricevono i nostri comunicati, reportages, interviste e che li pubblicano, in modo da far conoscere a tutta l'Italia la realtà degli altri 60 milioni di persone di origine italiana nel mondo, di cui 4 milioni che detengono ancora il passaporto italiano.*

*- Con il potenziamento dei mezzi di comunicazione di “andata e ritorno”, dall'Italia e dall'estero avremo, come conseguenza, il miglioramento dei servizi e con essi dei rapporti di*

*reciproca collaborazione a beneficio dell'immagine, della cultura, dell'economia, del commercio, della produzione "made in Italy" e della imprenditorialità. Un apporto incisivo potrebbe venire dalla sintonizzazione dei mass media regionali e locali con il flusso delle informazioni riguardanti l'importante ruolo svolto in tutti i settori della vita pubblica, alle affermate e stimolate comunità italiane all'estero, che sono i primi utenti nel mondo dei prodotti italiani, dalla cucina alle tradizioni, dalla moda al turismo, ecc. Non va sottaciuta la capillare funzione e il peso dei micromedia all'estero e in Italia per la difesa dei diritti dei lavoratori emigrati e delle loro famiglie con un funzionamento sempre più efficace, se adeguatamente aiutati.*

DOMANDA 7) QUALI SONO SECONDO LEI I DIRITTI E LE ESIGENZE DELLA COLLETTIVITA' ITALIANA, IN CUI IL SUO GIORNALE OPERA, ANCORA IN ATTESA DI UNA RISPOSTA ADEGUATA DA PARTE DELLO STATO ITALIANO?

- Bisogna distinguere tenendo conto degli scarti generazionali. Gli anziani sono assillati dai problemi pensionistici e lamentano gli eccessivi ritardi da parte dell'INPS nella trattazione delle loro pratiche, sono scontenti per il livello molto basso delle pensioni in prorata (pensioni calcolate in modo non conforme alla normativa comunitaria), l'incertezza del diritto (per ricalcoli inaspettati delle pensioni già liquidate, con conseguente costituzione di indebiti), le imposizioni fiscali arbitrarie delle pensioni, la difficoltà di pagare le tasse sulla casa in Italia...Da osservare che i giovani vedono e giudicano l'Italia (male) anche attraverso le inefficienze della nostra amministrazione, le cui conseguenze ricadono su genitori e nonni.

Le esigenze dei giovani sono collegate essenzialmente alla scuola e alla cultura. I corsi di lingua italiana o, meglio, la politica scolastica per gli italiani all'estero, sono chiaramente insufficienti e inadeguati per trasmettere ai giovani la conoscenza dell'italiano e lo stimolo a recepire il patrimonio culturale del nostro Paese. Da rilevare che, in Belgio, sia gli anziani che i giovani, hanno accolto con una certa indifferenza la legge sul voto all'estero.

- Una reale possibilità di riacquistare la cittadinanza italiana dall'Australia visto che da quest'anno l'Australia consente la doppia cittadinanza. Sarà questo fatto che salderà il rapporto tra Italia e le varie italianità in Australia.

- Il Brasile è, sicuramente, il paese al mondo dove si concentra la più grossa comunità di origine italiana. Sui 23/25 milioni, dicono. Forse di più. È una comunità, maggiormente fiera della sua italianità. E di questo l'Italia non se ne accorge. Tanto che fra il discorso del diritto alla doppia cittadinanza e la realtà lavorativa dei nostri consolati nel senso di rispondere a questa domanda c'è un vuoto. Anzi, un grosso vuoto. E questo è sicuramente – non secondo noi, ma di fatto - un diritto ancora in attesa di una risposta adeguata da parte dello Stato italiano. I consoli e gli ambasciatori che ci sono o che ci sono stati diranno la stessa cosa. Anche perché la fila davanti ai consolati lo conferma. Intanto, adesso dicono che le file tradiscono i nostri problemi economici e sociali... che tutti vogliono invadere l'Italia o, magari, andare negli Stati Uniti. È una bugia che non ha nulla a

che fare con la mancanza d'informazione nel passato, che ha negato un diritto che c'era, di cui le persone non sapevano. L'essere italiano, per tanti, rappresenta soltanto la soddisfazione di un orgoglio (materializzato forse nel passaporto), un'affermazione della propria identità, magari nemmeno collegata all' "odierno" diritto di voto... ma che serve da pretesto per acquisire la pasta, l'olio e tante altre merci che fanno la ricchezza dell'Italia peninsulare.

- Credo che, per quanto riguarda gli Stati Uniti e la West Coast in particolare, ci sia bisogno di programmi informativi culturali. Anche una maggiore attenzione al problema delle pensioni ed argomenti affini sarebbe proprio del caso. A proposito, non sarebbe questa la competenza dei COM.IT.ES in America?

- Non possiamo dimenticare di vivere in Sudamerica e che, quindi, l'aspetto assistenziale (medicina per gli anziani, diritto allo studio per i figli volenterosi di famiglie bisognose....) è ancora molto importante. Le distanze nel nostro continente sono enormi: un ottantenne non può passare notti in bianco per mettersi in fila dopo aver fatto centinaia di chilometri per un documento.... Quindi c'è bisogno una distribuzione più capillare dei servizi di consolato. Un sostegno (assegno di indigenza?) per quegli anziani italiani che non hanno un minimo decente per sopravvivere.

- Gli scambi culturali a tutti i livelli. Maggiore assistenza per la diffusione dell'Italiano e l'assistenza mirata a programmi specificamente elaborati per assicurare all'emigrante parità di diritto alle risorse e ai benefici usufruiti dai loro coetanei nati sul luogo.

- Penso che le collettività italiane in Canada, ove il mio giornale opera, abbiano lo stesso diritto di ricevere, in diretta, le trasmissioni di RAI International, così come avviene in quasi tutti i Paesi del mondo.

- Il diritto di essere considerati cittadini a tutti gli effetti, l'esigenza di non farli sentire cittadini di serie b.

- [Informazione, informazione, informazione!](#)

- In Uruguay abbiamo un grande problema, ed è quello della quantità di gente che se ne vuole andare, e così c'è un grande problema col funzionamento del Consolato, la gente aspetta una risposta a questo. Lo Stato Italiano è ancora in debito con i più poveri che prendono elemosine come contributi, essendo la nostra situazione economica molto critica.

Lo Stato Italiano, o la classe politica in generale ha fatto molto rumore con il voto all'estero, ma non abbiamo ancora ricevuto informazioni ufficiali operative, al di là del testo di legge, che informino la popolazione italiana sui diritti, metodo di voto, partiti politici. Questo non è affatto un lavoro da fare 3 mesi prima della votazione, bisogna incominciare subito.

- Migliore attenzione ai consolati, più contributi per l'assistenza, per l'attività scolastica e culturale in generale.

- La riapertura di un consolato (per oltre 10.000 residenti in una isola lontana 4000 km al consolato generale). L'apertura di un Comitato che possa rispondere alle esigenze degli italiani qui presenti e soprattutto non essere dimenticati.

- Pensioni, fisco.

- In genere, non vogliamo sentirci abbandonati, vogliamo far parte dell'Italia pur essendo riconoscenti al Paese che ci ha adottati. Il nostro caso è tutto differente e unico: ESULI dal lontano 1947, dal nord est di Italia, in 55 anni i governi italiani non hanno sinceramente dimostrato il loro interesse verso di noi.

- Anche questa questione è problematica, perchè gli italiani all'estero hanno ben pochi diritti (se escludiamo quelli del Paese che li ospita) e per forze di cose anche ben poche esigenze. Noi speriamo che le cose cambino, ma per questo bisognerebbe fare veramente il punto della situazione.

- Scuola, informazione, formazione professionale.

- Non vogliamo essere dimenticati, odiamo essere usati, cerchiamo di fare un lavoro molte volte patriottico, chiediamo un minimo di aiuto e riconoscimento.

- Un primo diritto dei cittadini italiani é quello di essere assistito adeguatamente dalle strutture consolari. E' importante poter fare affidamento su un efficace servizio agli utenti per agevolare le pratiche dei passaporti e delle cittadinanze e rispondere con maggiore sollecitudine alle esigenze delle fasce a rischio: anziani, malati, invalidi.

*Inoltre cè bisogno di una revisione della legge sulla cittadinanza e di favorire l'informazione sul diritto al voto e le relative procedure di attuazione.*

- La nostra è una collettività ben inserita e ben integrata nella realtà canadese, perciò riguardo a diritti ed esigenze ancora in attesa di una risposta adeguata da parte dello Stato italiano non credo che la collettività italiana in cui operiamo ci perda proprio il sonno.

- Conoscenza della lingua e della cultura italiana.

- Informazione e offerta di occupazione in Italia, sull'esempio di quanto avviene ora per gli emigrati in Argentina ed i loro figli; uguaglianza di normative nei trattamenti pensionistici e sanitari; potenziamento delle possibilità di formazione e specializzazione universitaria o postuniversitaria in Italia dei giovani della seconda e terza generazione di emigrati.

- Innanzi tutto la rete diplomatico-consolare. In tutta l'America Latina la rete consolare é assolutamente insufficiente, senza contare che spesso

all'insufficienza si unisce l'inefficienza. É inutile parlare di voto quando diritti tanto fondamentali come quello alla documentazione diventano una via crucis per qualsiasi cittadino che vive in America Latina. Altro settore poco curato é quello che riguarda la cultura. Mentre la Francia e altri paesi europei si preoccupano di avere costanti rapporti con le Universitá, i centri di ricerca, musei ecc. per interscambi culturali, l'Italia brilla per assenza e tutto quanto viene fatto in questo senso é frutto di iniziative personali.

- Ricevere una rapida e corretta informazione su questioni che stanno a cuore alla nostra comunitá come, ad esempio, le pensioni, la cittadinanza; usufruire di certe agevolazioni di carattere socio-sanitario soprattutto per le persone (anziane) che si recano in Italia per turismo; uno snellimento a livello consolare delle questioni amministrative.

- In questo momento sono di importanza vitale i mezzi di comunicazione italiani, si è visto un'evoluzione degli stessi, in relazione ai tempi che viviamo.

- La partecipazione fattiva degli italiani all'estero ad una vita comunitaria a livello civico esige molto di piú rispetto al voto, che giunge con molto ritardo. Gli enti italiani sono composti ancora in gran parte di personale mandato direttamente dall'Italia con scarsa presenza di rappresentanti del posto. La legislazione a sostegno delle attività comunitarie italiane pone molti limiti e difficoltà al finanziamento delle iniziative "non istituzionali" (associazioni, radio associative, sport..). L'Italia all'estero è in un certo senso ancora una "colonia", piuttosto che una "provincia".

- Nella situazione in cui si trova attualmente l'Argentina, che nessuno avrebbe potuto mai immaginare, la necessità piú imperiosa é la salute. Qui l'assistenza sanitaria é sul punto di scomparire. Poche sono le mutue che

ancora assistono i suoi associati. Quella dei pensionati é letteralmente scomparsa. Da questo punto di vista possiamo dire che la stragrande maggioranza degli italiani in Argentina, si trovano in uno stato di quasi indigenza, perché sebbene ancora vivono piú o meno decorosamente, se dovessero patire qualche malattia grave, non sarebbero in condizioni economiche di affrontare le spese di medicinali, cliniche, professionisti, ecc. In questa situazione di emergenza sanitaria, che sino a pochi anni fa era imprevedibile, lo Stato italiano dovrebbe dare risposta concreta ed URGENTE. Molto se ne parla, ma ...

- La rappresentatività è ancora troppo legata alla schematicità politico-partitica italiana. Ciò non coincide affatto alla situazione reale all'estero.

I numerosissimi anziani si sentono abbandonati; i rapporti spesso ottimi – per la disponibilità del personale presente – con le istituzioni italiane operanti all'estero sono frustrati dal pessimo riscontro nei rapporti con le parallele istituzioni del proprio paese di origine in Italia, spesso del Sud.

- Le radio costituiscono un mezzo di comunicazione penetrante e molto efficiente per le comunità all'estero, però non esiste una legge che preveda contributi per aiutarle, e questo è vergognoso. Coloro che operano in questo settore sono degli eroi, che ci rimettono di tasca propria pur di sostenere il mezzo d'informazione. Problemi da affrontare, scuole, programmi televisivi criptati, maggior presenza dello stato italiano mediante eventi che possano tenere unita la comunità.

- Manca dopo tanti anni un aggiornamento pratico sul funzionamento degli organi pubblici italiani ed europei e ciò provoca la tendenza a ricorrere alla raccomandazione o ad intermediari.

- Il voto significa una grande conquista, almeno perché riconosce la nostra esistenza, ma interessa solo una parte della collettività. Purtroppo le

aspettative in Sud America sono più incentrate nel sociale, specialmente rispetto alla situazione assistenziale ed economica.

- Equiparazione dei diritti per tutti gli italiani. Le esigenze sono essenzialmente di carattere assistenziale ed economico.

- Qui in Canada abbiamo bisogno di tre cose importanti che dipendono soltanto dalla volontà del Governo italiano: poter ricevere Rai International come avviene già altrove; avere la possibilità di andare in Italia da Montreal con la compagnia di bandiera Alitalia; e riaprire i termini per l'acquisto della cittadinanza italiana a favore di tutte quelle persone, soprattutto giovani, che per svariati motivi non hanno fatto in tempo a fare domanda.

*- Fra i diritti e le esigenze della collettività italiana riveste un interesse primario quello di essere considerati a tutti gli effetti cittadini italiani a pieno titolo, specialmente quando tornano per breve o lungo termine nei loro luoghi di origine. Essi chiedono: una maggiore presenza delle autorità italiane nelle loro manifestazioni di rilievo; un'attenta politica di diffusione della lingua, della cultura e dell'identità italiane; strumenti multimediali, materiale audiovisivo, libri di storia patria, libri scolastici; conferenze e corsi di lingua italiana; interventi in materia pensionistica e previdenziale a favore degli anziani più indigenti; particolare attenzione verso le nuove generazioni con borse di studio e viaggi di istruzione, per la vivificazione e la riappropriazione dello "Sviluppo Italia", terra di origine dei loro padri; la coeducazione alla multiculturalità, al rispetto delle singole identità culturali e linguistiche, come arricchimento reciproco per una convivenza pacifica tra i popoli.*

DOMANDA 8) PUO' ESPRIMERE IL SUO PARERE IN MERITO AL RUOLO E AI SERVIZI CHE LA FUSIE, ATTUALMENTE IMPEGNATA IN UN IMPEGNO UNITARIO PER LA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO GIORNALISTICO ITALIANO ESISTENTE ALL'ESTERO, DOVREBBE SVOLGERE E OFFRIRE?

- Il ruolo e i servizi della FUSIE sono molto preziosi, ma anche la FUSIE ha bisogno di maggiore considerazione e sostegni più concreti da parte del Governo.

- Ci sembra che la Fusie abbia recentemente ripreso un lavoro che va incontro agli interessi dei mezzi di comunicazione degli italiani all'estero.

Queste iniziative devono essere accentuate con un rapporto più stretto tra dirigenza Fusie e i mezzi di comunicazione.

- La Fusie, nel passato, ci ha bocciato. Abbiamo chiesto personalmente a Buenos Aires (Argentina), durante un convegno, la nostra adesione e il segretario ci ha risposto: "Dobbiamo valutare".... Anche un certo ambasciatore ci ha risposto una volta, davanti una richiesta d'aiuto: "Ma senza gocce di veleno" (si riferiva a una rubrica di critica che pubblicavamo e che appunto aveva fatto loro delle critiche). Adesso la Fusie ci chiede dei servizi. Meglio così. Forse ha capito che con la Fusie o senza la Fusie, certe cose vanno avanti lo stesso. Così come andiamo avanti senza i contributi del MAE. E siamo fieri di dire che il nostro giornale sembra oggi una delle più importanti testate che circolano in tutto il Brasile. Grazie allo sforzo di pochi e dei nostri lettori abbonati, orgogliosi di guardarla tutta a colori. Ci auguriamo, davvero, che la Fusie, più che l'impegno unitario (cosa fino a qui un po' irrealista, come abbiamo visto), sia capace e riesca a svolgere un ruolo benefico ai servizi delle testate che sono sopravvissute anche da sole. Le chiacchiere sono tante.

- Nella convinzione che la FUSIE esiste per coordinare e potenziare l'opera della stampa italiana all'estero, la federazione dovrebbe essere messa in grado di aiutare la stampa all'estero favorendo i contatti e gli incontri di categoria secondo le varie aree continentali, e fare opera di persuasione presso lo Stato italiano e i privati a sostenere la stessa stampa per mezzo di contributi pubblicitari.

- Plaudiamo al lavoro di questi ultimi anni della Fusie e dei suoi presidenti che, nonostante le misere risorse, hanno tirato la carretta. Oggi la FUSIE

dovrebbe entrare nel campo vivo dell'informazione di ritorno trasformandosi in quell'organo "necessario" al mondo politico-economico-scientifico italiano per trasmettere la voce di chi è lontano ed ha cose interessanti ed importanti da dire. Dovrebbe esercitare un controllo più effettivo sulla esistenza delle testate finanziate. Potrebbe avviare un dialogo più effettivo con le Regioni, con le varie Camere di Commercio Italiane, per offrire l'informazione di ritorno... E infine ottenere per la nostra stampa un finanziamento più adeguato alle esigenze di oggi sottoforma di pubblicità istituzionale.

- La FUSIE dovrebbe rivedere il suo ruolo di rappresentanza e ridefinire il concetto di informazione sull'Italia (sia essa in Italiano o in altra lingua) anche perchè in questo potrebbe davvero "valorizzare il patrimonio giornalistico italiano all'estero" che non è certo alle dipendenze delle testate in lingua italiana.

- Offrire una più intensa partecipazione informativa alle testate edite all'estero mediante un proprio sito internet.

- Mantenere informati i giornali sulle nuove leggi del settore, promuovere la pubblicazione in Italia dei giornali italiani all'estero quantomeno di alcuni editoriali, permetterci di entrare a far parte della Federazione Unitaria Stampa Italiana all'Estero.

- Dare dignità alle testate italiane all'estero. Per far questo avere il coraggio di fare una verifica attendibile delle diverse testate. Avere un peso politico più forte senza però dipendere dai partiti politici. Monitorare sul panorama delle testate. Riunire gli operatori più spesso. Così la Fusie diventerebbe non una sigla, ma un vero interlocutore.

- A dire la verità conosciamo poco il funzionamento della FUSIE, ma abbiamo la sensazione che non c'è un legame stretto con gli associati. E purtroppo quando non si conosce a fondo la realtà dell'informazione italiana nei Paesi di emigrazione, è molto difficile dirigere un'associazione internazionale come questa. Quando si è tenuto l'ultimo Congresso, che peraltro rinnovava le cariche dirigenziali, ho avuto il sospetto che anche la FUSIE sia una organizzazione politicizzata. Forse bisognerebbe preoccuparsi di più degli aspetti tecnici e pratici che degli aspetti politici.
- Speriamo ardentemente in un rinnovato impegno, ecc.
- Attualmente totale mancanza di informazione.
- La "FUSIE" dovrebbe avere rappresentanti sul posto, cioè all'estero per poter conoscere le necessità delle comunità italiane nel mondo. Augurandomi che tutto questo interesse per le comunità all'estero non sia solo per raccogliere voti facili.
- Spero che la FUSIE si impegni a fondo per la valorizzazione della stampa all'estero, dandole la possibilità d'esprimersi in tutta libertà, senza dovere subire sovente pesanti pressioni, quando denuncia fatti incontestabili che danno fastidio a chi detiene il controllo degli italiani all'estero.
- Dalla FUSIE rinnovata ci aspettiamo molto, questa indagine mi pare un buon inizio.
- Finora non abbiamo avuto contatti con la FUSIE, per intendere pienamente il suo ruolo e cosa potrà fare. Per il momento, qualche proposta bene intenzionata sarebbe ben vista. Chiediamo più informazione, diretta, delle vostre proposte e iniziative.
- Esercitare una maggiore pressione sugli organi di potere in Italia, creare un album dei giornalisti italiani all'estero, e permettere un inserimento in categorie analoghe a quelle esistenti in Italia dentro il territorio nazionale in modo che i giornalisti accreditati possano usufruire delle facilitazioni concesse ai colleghi italiani.
- A mio parere, la FUSIE dovrebbe continuare ad essere l'associazione rappresentativa di tutte le testate giornalistiche operanti all'estero. Continuare il suo ruolo di rappresentanza (nostra) con lo Stato italiano e di coordinamento fra le testate. Comunicare un po' più spesso con le testate non potrebbe che giovare e chissà che "da cosa non nasca cosa".
- Innanzitutto che funzioni. Poi: da oltre sette anni che ci siamo iscritti, e che abbiamo pagato la quota di adesione, ancora oggi aspettiamo una risposta.
- Un tavolo di concertazione – il più qualificato e plurale possibile - per la discussione e la proposta di impegni concreti volti alla soluzione "improrogabile" dei problemi dell'informazione all'estero.
- Consideriamo importantissimo il ruolo della FUSIE quale organismo di coordinamento delle nostre testate. Questo ruolo diventerà maggiormente significativo nella misura in cui la FUSIE sarà in grado di trasformarsi nel portavoce delle nostre necessità, delle richieste di tutti collettivamente ma anche di ognuno di noi individualmente dal momento che da Paese a Paese cambiano le realtà e quindi le esigenze. Avere un nostro costante punto di riferimento in Italia rappresenta senza dubbio un importante passo avanti per la nostra stampa ma è necessario che lo spazio della FUSIE sia rispettato come merita in tutti i settori economici, politici, culturali, italiani.

- Un ruolo più attivo, più partecipe circa i problemi della nostra categoria; una maggiore informazione sulle attività dell'organismo, un ruolo più concreto e fattivo di rappresentanza presso gli organi governativi italiani e della stampa nazionale. Un ruolo reale di collegamento tra tutte le testate esistenti all'estero con quelle operanti in Italia.

- Per ora ignoriamo quello che sta portando avanti la FUSIE perché non riceviamo alcuna informazione al riguardo; non siamo stati nemmeno informati del Congresso che si tenne a Venezia alcuni anni fa, cosicché desideriamo auspicare una maggiore informazione reale in tempo reale.

- Fare un sondaggio è già una lodevole iniziativa. La FUSIE dovrebbe essere ciò che il suo nome dice: un portavoce autorevole di una pluralità di mezzi di comunicazione che hanno in comune il servizio alla comunità italiana all'estero.

- Prima di tutto dovrebbe rispondere alle lettere che si mandano. Noi abbiamo già scritto tre volte, senza ricevere risposta (l'ultima è stata –via e-mail- il 4 giugno a proposito proprio di questo questionario). Anteriormente avevamo chiesto informazioni circa i servizi , tipo di relazioni con i suoi aderenti, ecc. come pure sul gruppo di lavoro “GIORNALISTI ITALIANI NEL MONDO” nel desiderio di offrire la nostra modesta collaborazione dall'Argentina . Speriamo ricevere adesso qualche risposta.

- Realizzare quanto indicato nell'ultimo Congresso FUSIE sarebbe da lodare.

- Non conosco la strategia di rinnovamento per valorizzare il patrimonio giornalistico italiano all'estero, ritengo che la Fusie dovrebbe essere più presente e venire a vedere da vicino quali sono i nostri problemi, discuterne, affrontarli e con determinazione risolverli.

- La gestione di questo vastissimo patrimonio all' estero é opportuna e meritoria. É importante focalizzare obiettivi concreti e precisi. Assistenza per la gestione della pubblicità istituzionale (ambasciate, consolati, ICE, ENIT).

Gestione della pubblicità di imprese italiane interessate all' estero (piccole e medie imprese, grandi imprese). Gestione delle previdenze europee previste per il settore di promozione per la ricerca di stagieres ed intercambi.

*- A me sembra buono il servizio che sta realizzando e ne sono grato.*

*- Riteniamo che la FUSIE si sia sempre impegnata, sia pure con modesti risultati, alla valorizzazione del patrimonio giornalistico degli italiani all'estero. Non resta che proseguire in questo compito.*

*- La FUSIE, dopo quasi trent'anni di esistenza, ha un ruolo ancora più importante di prima da svolgere; infatti la federazione guidata magistralmente dal Presidente Domenico De Sossi, continua a svolgere compiti di rappresentanza e di tutela della stampa italiana all'estero. Deve però, e noi crediamo che i tempi siano oramai maturi, avere più peso ed essere ascoltata dal Governo e dalle sue istituzioni. Bisogna garantire l'esistenza di questa rete di informazione che è la stampa italiana all'estero. Indispensabile per la riaffermazione dell'identità culturale e dei diritti sociali dei nostri connazionali. Noi non chiediamo l'assistenzialismo, ma il rispetto delle leggi, davanti a cui tutti i cittadini dello stesso Stato sono uguali. Noi vogliamo godere degli stessi diritti e doveri dei cittadini italiani e canadesi. Non vogliamo essere dei cittadini di serie b. Avere la doppia cittadinanza non significa non averne nessuna. La FUSIE inoltre dovrebbe avere una sua sede dignitosa funzionante e organizzare un Congresso ogni 4 anni invitando tutti gli editori di testate italiane nel mondo. E' chiaro che per fare ciò ci vorrà un forte appoggio del Governo italiano. Chi ci guadagnerà saranno gli italiani in Italia e in tutto il mondo.*

*- La FUSIE, rinnovata nei suoi componenti costituenti, avendo alle spalle un ricco potenziale di testate giornalistiche, di riviste, di radio, di televisioni, di operatori settoriali, deve svolgere un ruolo più incisivo sia a livello istituzionale che operativo. A livello istituzionale deve farsi carico di essere portavoce delle reali esigenze della categoria, onde ottenere maggiore considerazione dagli organi di Governo e, quindi, adeguati incentivi per la stampa italiana all'estero e quella che opera in Italia ed è rivolta all'estero; ottenere la pubblicità nazionale, regionale e quella delle grandi aziende. Deve attivare corsi di formazione e di qualificazione, in modo da offrire una maggiore professionalità agli operatori della comunicazione, nonché operare una revisione aggiornata della legge sulla stampa italiana all'estero.*

## CAPITOLO IV

### LE RISPOSTE DI ESPONENTI DELLA COMUNITA' ITALIANA ALL'ESTERO

Abbiamo inoltre somministrato un breve questionario composto di 4 domande ad alcuni esponenti di rilievo della comunità italiana all'estero (uomini di culto, imprenditori, leader dell'associazionismo) per delineare un quadro sintetico e pluralista delle esigenze della comunità emigrata in termini di informazione giornalistica.

*Riassumiamo brevemente qui di seguito le domande e le risposte degli intervistati (cercando anche in questo caso di sintetizzare e allo stesso tempo di rimanere fedeli nei contenuti e nella forma ai testi originali):*

**DOMANDA 1) ALLA LUCE DELLE TRASFORMAZIONI SOCIO-POLITICHE INTERVENUTE SIA NEL PAESE OVE LEI RISIEDA CHE IN ITALIA, E DELL'EVOLUZIONE DEMOGRAFICA, SOCIALE, CULTURALE DELL'EMIGRAZIONE ITALIANA, QUALE E' SECONDO LEI IL TIPO DI INFORMAZIONE DI CUI HANNO BISOGNO LE COLLETTIVITA' ITALIANE RESIDENTI ALL'ESTERO?**

In molti hanno sottolineato l'esigenza delle comunità italiane all'estero di ricevere notizie specializzate che toccano la vita della diaspora in tutti i suoi aspetti; non notizie che muoiono in un giorno, reperibili sui quotidiani e su internet o apprese alla TV (l'emigrazione è diventata tvdipendente). Sono auspicabili analisi che aiutino il lettore ad interpretare l'evoluzione ( o l'involuzione) in atto in Italia e a reinterpretare la storia dell'emigrazione; l'approfondimento dei possibili legami tra Italia e diaspora, privilegiando i settori della cultura, della solidarietà ecc. con l'intento di creare sinergie; testi cha aiutino il lettore a comprendere la realtà locale e ad essere strumento di interazione tra le due "patrie", anche rivolti ai giovani, nella lingua locale.

Per quanto concerne la TV inviata dall'Italia, il mondo dell'emigrazione italiana non ha bisogno di TV spazzatura o di "opere" riciclate che denotano un atteggiamento di superiorità nei confronti dei potenziali clienti, cui si propinano gli avanzi. Nella TV italiana è ancora del tutto assente l'informazione di ritorno: l'emigrazione non fa parte della memoria collettiva degli addetti alla comunicazione.

E' stato sottolineato inoltre che l'informazione di cui hanno bisogno le comunità italiane all'estero deve sapere adempiere varie funzioni, come ad esempio:

- l'informazione deve innanzitutto fare da collante per tutta la comunità; deve cioè sapere sviluppare il senso di sentirsi "comunità", ossia un gruppo di persone che condividono valori e cultura, che sono animate da un sentimento collettivo per quanto riguarda il loro destino e che sanno da dove vengono e dove vogliono andare affermando la loro volontà di inserirsi pienamente nelle società locali mantenendo vivi cultura, tradizioni e valori;
- l'informazione deve essere moderna nei mezzi e nel linguaggio; i mezzi devono essere variegati: carta stampata, radio, televisione e telematica; il linguaggio deve sapere fare uso sia della lingua italiana che della lingua locale;
- l'informazione deve essere attenta alla realtà del Paese di residenza ed essere capace di portarvi il "comune sentire" della comunità italiana; deve inoltre essere attenta al divenire della stessa comunità italiana e dare spazio a tutti gli avvenimenti che essa produce; infine deve saper fare la sintesi di quanto avviene in Italia.

Le comunità italiane residenti all'estero hanno bisogno di e richiedono informazioni (stampa, radio, tv) sull'Italia di oggi: è un errore da parte di RAI International fare programmi appositi per gli italiani all'estero i quali non vogliono essere trattati diversamente da come sono trattati gli italiani in Italia.

## **DOMANDA 2) QUALI SONO SECONDO LEI PREGI E DIFETTI DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE ITALIANI ALL'ESTERO E QUALE DEVE ESSERE IL LORO RUOLO?**

Le risposte sembrano concordare sull'asserzione che i pregi sono pochi e i difetti sono tanti.

Il fatto di esistere è di per sé un pregio. Inoltre la stampa creata in loco ha il pregio di conoscere i propri lettori e i loro problemi. Un nuovo ruolo potrebbe proprio essere quello di creare informazione di ritorno.

Secondo le risposte alle interviste, le testate di emigrazione, in particolare le piccole testate, hanno saputo creare e mantenere un collegamento capillare con tutte le famiglie di una determinata zona o aderenti a un determinato settore. Alcune testate (come quelle di missione) hanno dimostrato capacità di miglioramento, hanno saputo coinvolgere i giovani, hanno favorito la creazione di un volontariato nel campo dei media che andrebbe meglio riconosciuto e valorizzato.

Molti mezzi di comunicazione italiani all'estero hanno dimostrato la capacità di giudicare criticamente i fatti italiani.

Per quanto riguarda i difetti sono stati sottolineati: la mancanza di una linea editoriale precisa, per cui spesso si ha l'impressione di sfogliare una collage di testi, condannato a non essere incisivo. C'è molto qualunquismo o settarismo politico. Si manifesta a volta l'incapacità di mediare tra Paese di partenza e arrivo. Il mondo delle nuove generazioni è troppo spesso lasciato ai margini. Va sottolineata quindi l'incapacità di rivolgersi alle nuove generazioni e di portare avanti un discorso diverso. Un limite diffuso è il "paesanoismo". Si registra l'incapacità di creare informazione di

ritorno. Qualcuno ha anche sottolineato la neghittosità da parte dei giornalisti italiani in merito al rapporto con i volontari della stampa di emigrazione.

Si evidenzia inoltre la poca sinergia tra giornali per l'emigrazione editi in Italia e giornali di emigrazione pubblicati all'estero, la proliferazione di agenzie di stampa, la scarsa creatività e senso critico da parte di alcune di esse, il non riportare come informazione di ritorno articoli apparsi sulla stampa di emigrazione o riportarli in modo discriminatorio.

C'è anche chi sostiene che i mezzi di comunicazione italiani all'estero hanno il difetto di essere poco attenti alla realtà del Paese di immigrazione e di perdersi spesso nei meandri della contorta politica italiana. E soprattutto essi non fanno "comunità" né sanno collocare gli interessi degli italiani all'estero all'interno della vita locale fallendo quindi nella politica di integrazione.

### **DOMANDA 3) IN CHE MODO LEI RITIENE CHE LO STATO ITALIANO E LE REGIONI ITALIANE DEBBANO AGEVOLARE L'ATTIVITA' INFORMATIVA DEI MEZZI DI COMUNICAZIONE ITALIANI OPERANTI ALL'ESTERO?**

C'è chi suggerisce una cabina di regia unica che coordini ogni aspetto di una autentica politica culturale e mediatica.

Alcuni sostengono che nelle scuole di giornalismo italiano e nelle facoltà di storia bisognerebbe insegnare la storia e la valenza della diaspora. Questo permetterebbe di giudicare l'emigrazione non più come fenomeno di clown da circo o episodio strappalacrime.

In molti chiedono stages di giornalisti italiani presso le redazioni delle piccole testate di emigrazione per conoscere la realtà del mondo dell'emigrazione e parallelamente permettere ai giornalisti italiani che operano all'estero di partecipare a corsi di aggiornamento e perfezionamento in Italia.

Altri reclamano criteri meno parziali nella distribuzione di eventuali fondi – snellimento delle procedure, controllo severo delle dichiarazioni, fornitura di mezzi tecnici e il riconoscimento della funzione dei volontari della penna in emigrazione. "Facilitare" incontri abituali tra direttori e collaboratori almeno a livello continentale e programmazione di sessioni di formazione continua senza dimenticare la valorizzazione dei giovani impegnati nel settore.

La stragrande maggioranza si trova d'accordo nell'affermare che fare informazione all'estero è molto difficile, soprattutto quando le comunità italiane sono piccole e non sono in grado di garantire alle testate una quantità di pubblicità adeguata. Quindi si sostiene che lo Stato e le Regioni italiani debbono impegnarsi per garantire ai mezzi di comunicazioni italiani operanti all'estero pubblicità istituzionale e abbonamenti alle varie agenzie di stampa attraverso i mezzi più moderni al fine di assicurare un flusso continuo di informazione.

Diffusa è anche la convinzione relativamente alla necessità di creare un sistema di assistenza tecnica e professionale anche attraverso la creazione di siti web istituzionali e non, seri e aggiornati ai quali gli operatori possano rivolgersi per chiedere e ottenere in tempi brevi il materiale di cui hanno bisogno, per avviare l'informazione di ritorno, e comunque per avere un punto di appoggio e di collegamento.

DOMANDA 4) CONSIDERATO CHE L'EMIGRAZIONE ITALIANA ALL'ESTERO DIVENTA SEMPRE PIU' STANZIALE, QUALI SONO SECONDO LEI I DIRITTI E LE ESIGENZE DELLE COLLETTIVITA' ITALIANA ALL'ESTERO ANCORA IN ATTESA DI UNA RISPOSTA ADEGUATA DA PARTE DELLO STATO ITALIANO?

Per alcuni occorre tener presente che la pluralità e la complessità dell'emigrazione italiana richiedono interventi mirati pluridirezionali, ma diretti da una cabina unica di regia e non più frutto di contrapposizioni tra ministeri, direzioni, ecc. Diventa essenziale il superamento della parcellizzazione e della frammentazione statale, regionale, comunale per non continuare a rinunciare alla incisività.

I rappresentanti delle comunità quindi devono saper rappresentare questa pluralità di esigenze e non continuare a considerarsi rappresentanti o *longa manus* dei partiti in Italia. Questa perdurante clonazione distrugge l'originalità della diaspora e l'apporto realtà con il quale essa potrebbe arricchire l'Italia.

*Dal canto loro – si sostiene – lo Stato e le Regioni italiane devono capire che l'esigenza primaria delle comunità italiane all'estero sono la sopravvivenza culturale e linguistica e la piena integrazione. Occorre quindi una forte politica culturale e scolastica.*

Viene richiesto quindi di investire in modo massiccio e non altalenante, nella diffusione della lingua e cultura, in primis fra italiani e oriundi. Va da sé che la riforma della 153 va fatta al più presto. Avere il coraggio di investire anche "nelle periferie" e non soltanto nelle grandi megalopoli, mete preferite di tanti emissari dell'Italia.

In questo contesto viene sollecitata la valorizzazione degli organi rappresentativi delle comunità come i Comites e l'associazionismo, dando loro i mezzi adeguati per operare in completa autonomia.

Iniziare al più presto un dialogo ed un rapporto privilegiato con le giovani generazioni e mettersi in ascolto delle loro esigenze. Le nuove scelte politiche a medio termine devono riguardare soprattutto i giovani. Con loro bisogna riprendere il dibattito sulla politica della solidarietà e sulla cultura della partecipazione, cercando soprattutto di recuperarli alla lingua e alla

cultura italiane con una serie di iniziative culturali in loco o magari con viaggi in Italia.

Molti ritengono indispensabile la necessità di una informazione capillare sulla partecipazione politica da parte di quanti hanno optato per votare per parlamentari residenti all'estero.

In tanti richiedono l'istituzione di un fondo di solidarietà gestito da una commissione ad hoc - comprendente soltanto quelli che di fatto sono a contatto quotidiano con le comunità - per anziani e famiglie indigenti, con particolare riguardo per l'America Latina.

Infine un gran numero di intervistati si sofferma sulla necessità di migliorare i servizi consolari, con una politica adeguata alle nuove esigenze degli italiani all'estero.