

La comunicazione in italiano all'estero

Tavola rotonda a cura di Norberto Lombardi

Norberto Lombardi

Pregherei il prof. Alberto Barausse, curatore della parte monografica di questo numero di *Glocale*, di darci qualche breve orientamento iniziale sul lavoro in preparazione. La rivista – lo dico per chi non ancora la conoscesse – consta di una parte monografica legata a un tema, che in questo caso è la stampa italiana all'estero, e di contributi aperti, oltre che di sezioni specializzate. Alberto da qualche è tempo è al lavoro, assieme al prof. Antonio De Ruggiero, che opera in Brasile, per impostare e sviluppare la parte monografica, per cui gli do la parola pregandolo di darci una qualche idea sullo stato dell'opera.

Alberto Barausse

Sono ben lieto di introdurre brevemente il tema e di poter dare qualche indicazione di lavoro in merito. Come diceva Norberto, sto curando insieme a un collega della Pontificia Università Cattolica del Rio Grande Do Sul, Antonio De Ruggiero, un numero monografico per la rivista dedicato alla stampa etnica, ovvero a tutta quella produzione giornalistica che ha avuto origine nella prima metà dell'Ottocento ma che ha registrato un grande slancio con la Grande emigrazione di massa, di cui noi italiani siamo stati protagonisti. In questo ultimo decennio si è certamente rafforzata l'esigenza di conoscere meglio l'esperienza di questo giornalismo che nasce nei contesti migratori e che ha avuto una grande funzione di mediazione culturale tra la società di origine e la società di destino. E che, soprattutto, ha avuto una grande funzione nella costruzione di un immaginario collettivo che noi oggi chiamiamo 'italianità'. Una vera e propria funzione pedagogica ha accompagnato, spesso, questo genere di produzione, tanto è vero che gli storici non hanno mancato di sottolineare come il senti-

mento di appartenenza nazionale sia nato prima all'estero che all'interno dei confini della penisola. Ed è proprio intorno al ruolo pedagogico svolto dalla stampa etnica che il numero monografico intende approfondire alcuni casi di studio nelle Americhe.

Ci sono tantissime esperienze che accompagnano lo sviluppo di un modo di fare il giornalismo, di strutturare un giornalismo, quello esercitato all'estero, che dalle prime forme, come dire, di carattere prevalentemente artigianale assume caratteri sempre più complessi fino a diventare una vera e propria esperienza editoriale di natura industriale. Basterebbe pensare alle testate prodotte nella realtà di San Paolo, in Brasile, piuttosto che in quella di New York, negli Stati Uniti. Ma io vorrei limitare il mio intervento facendo riferimento soprattutto all'utilità di porre una riflessione sul passato della stampa prodotta nei contesti migratori per riflettere sul presente e anche sul futuro. Benedetto Croce diceva che la storia è sempre storia contemporanea, le domande che noi poniamo al passato nascono sempre dalle dinamiche di oggi. Introdurre, quindi, una riflessione di carattere storico all'interno di una tavola rotonda che invece si propone di discutere alcune questioni legate alle problematiche della stampa italiana prodotta oggi all'estero, dentro un quadro di dinamiche molto complesse quali sono quelle che attraversano la realtà che viviamo, potrebbe essere una buona occasione per dibattere, confrontarsi su un tema che almeno dal punto di vista storiografico è questione recente.

Tenete presente che nell'arco degli ultimi 180 anni abbiamo avuto migliaia di testate prodotte all'estero, di cui conosciamo veramente poco. Questi tentativi, dunque, rispondono anche all'intento di provare a rilanciare un interesse culturale intorno a una questione che alla fine ha a che vedere con le dinamiche della storia della mobilità degli italiani all'estero, della storia delle migrazioni, con tutte le sue sfaccettature. Per cui ho il grande piacere di potere constatare che questa idea che avevamo avuto in origine ha avuto un ritorno positivo. Trovarci qui significa che questa operazione ha un senso anche nell'aiutarci a riflettere sul concetto di italianità, un concetto forte che ha prodotto tanta stampa all'estero perché le idee di italianità cambiano nel tempo, si modificano, hanno una loro evoluzione. Anche l'idea di formare un'opinione pubblica in qualche modo legata all'idea dell'italianità subisce delle trasformazioni. Riportando questo tema all'oggi, in cui la dimensione dell'italianità, a mio avviso, rischia di tornare dentro alcune spirali ideologiche ispirate a spinte nazionaliste del passato, non possiamo non avvertire il pericolo che esso venga infarcito di significati culturali che pensavamo di aver abbandonato ma che in realtà non sembrano scomparsi.

Sono davvero lieto di poter ascoltare quanto ci direte rispetto alla realtà attuale e ringrazio tutti per la disponibilità a partecipare a questo dibattito che, mi auguro, sia l'avvio di una riflessione più ampia intorno a queste tematiche.

Norberto Lombardi

Per accostarci a questa dimensione di attualità e anche di ricerca di qualche linea di futuro, di cui parlava Alberto Barausse, mi limito a proporre alcuni stimoli di riflessione e di dialogo, cercando prima di tutto di circoscrivere l'argomento del nostro confronto. Per parlare dell'attualità, più che di stampa italiana all'estero in senso stretto, penso sia il caso di parlare di comunicazione in italiano all'estero, considerati i cambiamenti e gli sviluppi che in questo campo si sono manifestati.

Non parleremo, naturalmente, della comunicazione in italiano verso l'estero, che è cosa molto più complessa e articolata, ma della comunicazione in italiano che si è sviluppata negli ultimi decenni nelle nostre comunità. Così come credo non potremo esimerci dal toccare quantomeno alcuni aspetti salienti della questione della comunicazione che indubbiamente esiste anche in quella che viene definita la 'nuova mobilità degli italiani nel mondo', che si è riaccesa negli ultimi anni in modo abbastanza intenso.

Fatta questa premessa, una prima questione che vi pongo, per brevità in forma di domanda, è se questa forma di presenza, cioè la stampa italiana o la comunicazione in italiano, nata storicamente in una dimensione addirittura 'coloniale' e poi evolutasi in una dimensione 'comunitaria', sia ancora in qualche maniera praticabile nelle forme che abbiamo conosciuto fino a non molto tempo fa. O, se mi posso concedere una forzatura un po' provocatoria, se per i nostri insediamenti si possa addirittura parlare ancora di 'comunità italiane'. Quando dico 'comunità', intendo quelle entità che avevano una precisa collocazione urbana, una rete associativa ben strutturata e articolata, delle pratiche antropologiche e religiose peculiari, e anche i loro strumenti di comunicazione, in particolare i giornali. Questa categoria – la 'comunità italiana' – secondo voi è ancora valida o i livelli di integrazione che si sono raggiunti e il trapasso generazionale che si è avuto, ormai anche in Europa, ci devono indurre a considerarla superata? Eventualmente, superata in quale direzione?

Un secondo aspetto lo vedrei legato alla questione linguistica e culturale. Non credo che ci possano essere dubbi sul fatto che la stampa in

italiano all'estero abbia avuto una funzione molto importante nella transizione dalla pratica dialettale, diffusa nelle famiglie di emigrati, a una pratica di comunicazione tendenzialmente in italiano e, addirittura, che abbia avuto una funzione storica – lo accennava Barausse – nel processo di 'italianizzazione' dei nostri emigrati, in parole povere nel farli sentire come componenti di uno stesso gruppo nazionale ed 'etnico'. Tuttavia, questa funzione è chiaramente declinante. Mi chiedo, allora, e vi chiedo: la soluzione del bilinguismo, italiano e lingua locale, che pure sta alla base dei provvedimenti di sostegno alla stampa italiana all'estero, può essere una soluzione valida per la transizione che attraversiamo o ritenete che sia ancora poco rispetto ai livelli di integrazione raggiunti?

Detto questo, non vi nascondo che mi sorge un interrogativo di una certa complessità. Se è vero che sul piano della comunicazione il bilinguismo sia riuscito a creare un equilibrio funzionale tra la tradizione linguistico-culturale di origine e le esigenze relazionali dei luoghi di insediamento, nei rapporti interculturali e addirittura transculturali, che sono da tempo ormai in forte sviluppo, soprattutto nelle società più avanzate, mentre l'elemento culturale è sempre più importante, si può dire altrettanto di quello linguistico? All'estero ha ancora una valenza tale da indurci a continuare a coltivare questo retaggio?

Un ulteriore motivo di riflessione, in apparente contraddizione con quanto appena affermato sulle tematiche linguistico-culturali, è l'altro che si intreccia con il tema della rappresentanza e della partecipazione alla vita politica e civile del nostro Paese di oltre 6 milioni di italiani di passaporto, tra i quali vi sono, quasi 5 milioni di elettori. Tra questi quasi 5 milioni, la maggioranza, sia pure di poco, è nata all'estero, ha rapporti sempre più deboli con l'Italia, qualche volta addirittura impalpabili. Tutti noi sappiamo che vi sono implicazioni molteplici con la normativa sulla cittadinanza e un confronto aperto e appassionato sull'improcrastinabile esigenza di introdurre il cosiddetto *ius culturae* tra le condizioni di acquisizione della cittadinanza. Ma al di là di questo, vi chiedo: la comunicazione in italiano all'estero può contribuire in modo realmente efficace a facilitare la conoscenza della vita politica e civile italiana ai fini anche della partecipazione elettorale o invece bisognerà ricorrere ad altri strumenti e ad altri progetti? E se può avere una funzione effettiva, quali forme di sostegno si dovrebbero adottare per rendere realistica una prospettiva di questo genere?

Mi vorrei soffermare ora brevemente sul fenomeno delle radio e delle televisioni cosiddette etniche, che fino a qualche anno fa erano più strutturate, mentre adesso si riducono in genere all'affitto di ore da collocare nei palinsesti multietnici di queste strutture. Questi strumenti, che pure

hanno avuto negli anni passati un grande successo e, in alcune realtà un seguito consistente, hanno ancora la capacità di incidere, sono ancora valide o sono destinate a regredire irreversibilmente con l'avanzare della rivoluzione digitale, a lasciare il passo a strumenti più evoluti e più capillari, come può essere internet?

Ultima sollecitazione: esiste un riconoscimento del ruolo della comunicazione in italiano all'interno della promozione del Sistema Paese all'estero, dei progetti di Promozione integrata? Si può in qualche modo sperare, tanto per fare un esempio, che un giornale in italiano di Montreal o di Toronto, al di là della propaganda di qualche evento, possa essere chiamato a svolgere un ruolo più organico e profondo rispetto ai programmi di internazionalizzazione dell'Italia? D'altro canto, come valutate l'affermazione di coloro che hanno avanzato la suggestione, il mito positivo della 'comunità italica' nel mondo, che raggiungerebbe addirittura 200 milioni di potenziali fruitori di servizi e di beni italiani, che la lingua italiana non può più essere un fattore di coesione e di identità di una entità tanto composita? Rispetto a questo approccio, il fattore linguistico è ancora un elemento necessario o può rappresentare una discriminante, un limite? Ho un amico editore e saggista di un certo rilievo che sta conducendo da decenni una battaglia per l'Italicità, ma che è decisamente contrario all'uso della lingua italiana come elemento identitario, come contrassegno necessario del sistema di relazioni che dentro l'Italicità si possono sviluppare.

Ecco, forse è anche troppa roba, ma ognuno ci metta del suo, facendo anche le scelte che ritiene più opportune.

Darei subito la parola a *Giangi Cretti*, presidente della Federazione Unitaria della Stampa Italiana all'Estero (FUSIE) per chiedergli di aiutarci a definire il quadro della situazione attuale per quello che obiettivamente esiste, richiamando anche le normative vigenti con riferimento al sistema di sostegno degli organi di stampa che operano all'estero.

Giangi Cretti

Federazione Unitaria della Stampa Italiana all'Estero-FUSIE;
Presidente Commissione Informazione
del Consiglio Generale degli Italiani all'Estero

Cercherò di essere ordinato nell'esposizione, dal momento che alcuni dei punti suggeriti alla discussione si intersecano tra loro. Rispetto alla questione sollevata da ultimo – il quadro tradizionale con il quale ci siamo confrontati negli ultimi decenni e continuiamo oggi a confrontarci –

assistiamo alla sopravvivenza di alcune testate, che sono poi il residuo di quello che è stato il momento fulgido di questa stampa, espressione delle comunità italiane all'estero. Alcune testate cartacee ancora oggi resistono e assolvono a una funzione di servizio. Fintanto che hanno avuto questa funzione sono state anche sostitutive di alcuni riferimenti che nel tempo sono stati assunti dalle associazioni, dagli enti e piano piano anche dalle istituzioni, pur con i limiti che esse manifestano. Venendo meno questo ruolo di servizio, questo tipo di stampa ha dovuto misurarsi con la capacità di fidelizzare il proprio lettore destinatario, per cui o ci si riconosceva in queste testate per ragioni legate agli orientamenti culturali, politici o religiosi oppure c'era il rischio che esse diventassero un punto di riferimento delle fasce di lettori di una certa età, aventi già una certa abitudine a utilizzare quel tipo di informazione. Ovviamente, un pubblico che si sta sempre più riducendo. Anche perché queste testate sempre meno riescono a svolgere la loro tradizionale funzione di confronto e di riflessione dal punto di vista culturale, politico e religioso.

Comunque, oggi spesso ed evidentemente bisogna fare anche delle distinzioni perché un conto è parlare dell'Europa, un conto è parlare del Nord America, un conto diverso è parlare del Sud America. In Europa, esistono ancora delle testate, però con quella che è stata ed è la crisi delle associazioni si sono persi per strada anche i giornali che erano espressione della vitalità che avevano le associazioni, di cui erano diventati una sorta di megafono delle attività e degli orientamenti cui si rifacevano quei sodalizi. Venendo meno questo tessuto connettivo, vengono meno anche i riferimenti fondamentali per la sopravvivenza delle testate, che prima trovavano sostegno sia sul piano editoriale che su quello dei potenziali abbonati.

Oggi, con la diffusione di una stampa sempre più gratuita, è cresciuta la difficoltà ad avere abbonati, in generale come tendenza e in Europa in particolare, dove c'è stata una fase calante più rapida. La parabola discendente è derivata dal fatto che a un certo punto, a partire dagli anni novanta, in tutta Europa si sono potuti ricevere sempre meglio i canali televisivi italiani, sia quelli dell'ente pubblico che quelli commerciali. Io vivo a Zurigo, in Svizzera, ma a Parigi, a Bruxelles o in Scandinavia tu puoi ricevere tranquillamente tutti i canali che vedono i nostri connazionali che risiedono a Roma, a Milano o a Palermo.

Tutto questo ha modificato di molto il rapporto con quella che era l'informazione e la comunicazione che faceva riferimento al Paese Italia. In più, le modalità di consumo che si sono introdotte piano piano hanno frammentato ancora di più il tipo di pubblico a cui ci si riferisce e oggi per certi versi il cartaceo è diventato abbastanza residuale ed è destinato a

quel pubblico che potremmo definire di un piccolo mondo antico ancora legato a un percorso dal quale difficilmente ci si allontana perché fa parte della sua storia di italiano all'estero.

Questo vuol dire concretamente che le testate cartacee che ancora esistono all'estero sono in netta diminuzione e sopravvivono al 99% grazie al fatto che esiste ancora, seppur con notevole ritardo, il contributo pubblico. Se non ci fosse quello, l'esistenza delle testate cartacee si ridurrebbe a qualche testimonianza qua e là, frutto di risorse di gruppi di interesse particolari che non necessariamente garantirebbero una certa libertà di espressione. Il contributo pubblico è per queste testate fondamentale, lo è per i periodici che sono la stragrande maggioranza di queste testate cartacee e in parte è essenziale anche per quanto riguarda i due-tre quotidiani sopravvissuti. Con una differenza sostanziale: per i periodici c'è un contributo pubblico che fa riferimento al fondo per il pluralismo, che è una quota parte del canone RAI più le eccedenze della pubblicità, ed è fissato anno per anno e fino al 2021 era attorno ai 2 milioni di euro complessivi. Le testate che fino al 2021 hanno fatto accesso a questi contributi sono tra le 60 e le 70 e di queste 45-50 sono editate all'estero e 15-20 sono editate in Italia, ma diffuse prevalentemente all'estero. Pensiamo a testate regionali, tipo *Abruzzesi nel mondo*, e via di questo passo, ad altre come *Il Messaggero di Sant'Antonio* e ad alcune agenzie. Questo è il quadro.

Per quanto riguarda i giornali editi e diffusi in cartaceo, i quotidiani ricevono un contributo esclusivamente sulla base di quella che è la legge italiana e devono rispondere a dei parametri e dei criteri che sono appunto quelli dei quotidiani italiani che accedono ai contributi. Loro a maggior ragione sono dipendenti da questo tipo di contributo perché, finora almeno, pur con tutte le difficoltà che stanno insorgendo, questi quotidiani ricevono contributi in tempi relativamente rapidi. Nel senso che nell'anno in corso ricevono il contributo per affrontare le spese che stanno sostenendo, mentre i periodici ricevono il contributo a distanza di un anno e mezzo, anche due. Per intenderci, i periodici riceveranno all'inizio dell'anno prossimo i contributi relativi al 2022, i quotidiani invece hanno ricevuto a giugno del 2023 un anticipo sull'anno in corso con il saldo a inizio 2024. Generalmente il livello di contributo che ricevono dall'ente pubblico è notevole, stiamo parlando di quotidiani che ricevono contributi anche fino a un milione di euro all'anno, che in base a come sono strutturati possono essere pochi, ma anche molti.

Questo è lo scenario attuale per quanto riguarda la stampa considerata tradizionale. Accanto a essa, si sta sviluppando tutto un discorso relativo alla comunicazione veicolata attraverso le nuove tecnologie. A questo

punto le cose si complicano perché c'è la legittima richiesta di dimostrare le ragioni per le quali non ci siano contributi pubblici anche per questo tipo di testate. Il primo problema è come definire dei criteri il più possibile oggettivi per poter effettivamente accedere a questo tipo di contributi. Bisogna avere, cioè, dei criteri che consentano di dire va bene, questa è una testata che effettivamente fa informazione. Poi, per tutto ciò che riguarda l'online, la domanda di fondo è cosa sia informazione e cosa non sia informazione, a prescindere che sia fake oppure no. Ma il blog di uno che è più o meno un leone da tastiera, che si alza al mattino e butta in rete tante informazioni, è fare informazione o è semplicemente un esercizio d'igiene mentale individuale, in vista di una soddisfazione narcisistica? Una testata on-line che risiede a Canicatti o a Reykjavik quale caratteristica deve avere perché si possa definire una testata italiana all'estero o per gli italiani all'estero? Quindi ci vorrebbero dei criteri che fanno riferimento ai contenuti, alla possibilità di dire che esiste una redazione fisicamente costituita da qualche parte, essendo consapevoli di tutte le problematiche che sono legate al fatto che l'online è per sua natura utopico, nel senso che non ha un luogo di riferimento e può essere fatto da qualsiasi parte. Questa è la parte che più crea interesse, attenzione soprattutto nelle nuove generazioni perché sappiamo tutti che la fruizione dei giovani è orientata verso questo tipo di canale.

Rispetto alla domanda sulla digitalizzazione e le radio che tu, Norberto, facevi all'inizio, queste hanno avuto un ruolo importante più nel Nord e Sud America che non in Europa. Però esistono ancora oggi anche in Europa, dove negli anni della grande migrazione avevano una funzione fondamentale, e tante la hanno ancora attraverso un semplice utilizzo di spazi e di finestre temporali all'interno di emittenti locali.

La digitalizzazione per certi versi favorisce questa situazione perché evidentemente attraverso il digitale si possono creare in continuazione emittenti radiofoniche. Ci sono esperienze piuttosto diffuse di emittenti radio che sono veicolate esclusivamente attraverso il segnale della rete e che vengono create in modo molto artigianale all'interno anche di cucine. C'è una radio che fa ponte fra Palermo e Ginevra, realizzata nella cucina di giovani *expat* che hanno deciso di avere bisogno di confrontarsi su tematiche o su questioni di attualità: una sorta di riflessione che loro fanno attraverso quello che sostanzialmente potrebbe essere un programma radiofonico. Quindi, da questo punto di vista, la digitalizzazione favorisce e valorizza le radio o meglio la diffusione di un segnale che potrebbe essere concepito come palinsesto radiofonico. Tutto il resto evidentemente va tarato. Anche rispetto a quelle che sono le esigenze e le attese dei pubblici.

Mi avvio verso la conclusione, ma le sollecitazioni sono state parecchie e si potrebbe dire ancora molto. Rinviando al secondo giro di interventi altre possibili considerazioni, la cosa con la quale vorrei chiudere è il tipo di fruizione dei diversi pubblici con i quali ci dobbiamo confrontare. Evidentemente, per quanto riguarda il discorso sulla lingua, la risposta è legata all'importanza e alla valutazione che possiamo dare noi della lingua italiana, cioè quanto vogliamo realmente valorizzarla. Mi limito a un'osservazione empirica: mi rendo conto che non solo oltreoceano, ma anche in Europa sempre di più la terza-quarta generazione perde l'italiano, lo perde perché evidentemente ci sono incontri e relazioni che si svolgono fra persone che appartengono a collettività diverse, che non favoriscono la tendenza a mantenere la lingua dei genitori. Oggi, come sappiamo, sono i nonni che portano avanti la lingua italiana, mentre i genitori e i figli la stanno perdendo per strada. Per certi versi, questo potrebbe essere normale perché il processo di integrazione nel paese di accoglienza passa attraverso la competenza linguistica. Anche i gruppi di *expat*, fra di loro, malgrado siano di emigrazione recente, per ragioni legate verosimilmente alla professione che svolgono, dove l'inglese è imperante, pur trovandosi in gruppi dove magari ci sono tanti italiani, parlano inglese. A Zurigo e Basilea, che è un centro farmaceutico importante, ci sono gruppi di *expat* ai quali afferiscono anche centinaia di giovani ricercatori che fra di loro, se si incontrano, parlano inglese perché è la lingua della quotidianità. Fra di loro, c'è pure qualcuno che preferisce parlare in inglese per non essere confuso con l'emigrato di turno, ma si tratta sicuramente di una piccola minoranza. Quindi anche per loro il modo di informarsi passa attraverso una comunicazione interpersonale oppure attraverso la possibilità di collegarsi tranquillamente o via rete o attraverso i segnali televisivi italiani. Sto parlando dell'Europa in questo caso e quindi l'informazione viene fatta con queste modalità. Quella che poteva essere la stampa etnica o di comunità, i media etnici e di comunità, perdono vitalità a meno che non sappiano ripensare come riproporsi, ma questo è un impegno non indifferente.

Altri aspetti li vedremo nel secondo giro.

Norberto Lombardi

Attraversiamo ora l'oceano per sentire da Stefano Vaccara, fondatore de *La Voce di New York*, le riflessioni che possono maturare intorno all'esperienza di un importante quotidiano online, che nel giro di pochi anni si è sviluppato e consolidato, fino a diventare un punto di riferimento degli

italiani all'estero, non solo in ambito statunitense. Inizierei con il chiederli di raccontare la sua esperienza.

Che cosa lo ha indotto a fondare *La voce di New York*, nel contesto di una realtà che ha acquisito ampiamente gli strumenti della comunicazione digitale? Vediamo, dunque, di conoscere meglio questa bella e interessante iniziativa.

Stefano Vaccara

Fondatore e redattore de *La Voce di New York*

Interessante e forse anche sorprendente. Ho lavorato per tanti anni, 19 anni, per «America Oggi», che per lungo tempo è stato il primo quotidiano all'estero per tiratura. «America Oggi» è stato il giornale forse più grande che ci sia stato all'estero, un quotidiano che nella fase d'oro stampava e distribuiva anche 80-85.000 copie al giorno, e non solo a New York, ma anche a Philadelphia, Boston e così via. Era il giornale per la comunità italiana nel Nord-Est America, c'era qualche abbonato dalle altre parti, però diciamo che il grosso era concentrato in quell'area. Io ho lavorato per tanti anni in questo giornale, principalmente al settimanale, di cui ero direttore, che si chiamava *Oggi Sette*, e dovevo mettere insieme una quarantina di pagine ogni settimana con servizi che erano prevalentemente sul versante culturale e delle vicende che avvenivano a New York. Intorno al 2013 già da un po' di tempo mi ero accorto, e con me anche altri, che *America Oggi* non ce la faceva più perché aveva fatto un investimento sbagliato. Avevano investito molto sulla stampa all'inizio del nuovo secolo, comprando le rotative e facendo altri investimenti inopportuni. Mentre internet andava avanti, loro o non ci credevano o comunque non avevano intuito che avrebbe preso il sopravvento, investendo tanto sulla stampa e comprando appunto quelle attrezzature.

Dal 2010 in poi eravamo noi per primi, i giornalisti, a soffrirne perché erano iniziati i tagli di stipendi e altre cose, si andava indietro anziché avanti. Una crisi profonda nonostante i fondi provenienti dall'Italia, perché i contributi non mancavano mai ed erano anche cospicui, però con degli investimenti sbagliati non ce la si faceva. A quel punto ebbi un'altra idea, che forse è la cosa che vi interessa di più: mentre *America oggi* si rivolgeva a un pubblico italo-americano, con l'internet io mi rendevo conto che il pubblico degli italiani che usano ancora la lingua italiana non aveva più bisogno di un giornale in loco, dal momento che si poteva leggere il *Corriere della Sera* o *La Repubblica*, insomma tutti i giornali d'Italia per

sapere dell'Italia. Anche per esercitarsi con la lingua italiana su internet si poteva trovare di tutto. Non dovevi più andare all'edicola a comprare *America Oggi* come solo giornale italiano, anche se gli altri, stampati in Italia, nelle edicole non mancavano, ma erano vecchi di 2-3 giorni. Allora mi son detto: da New York si deve fare un giornale in lingua italiana che è certo il giornale italiano di New York, ma che tuttavia possa essere letto allo stesso tempo dai lettori che stanno qui a New York e da quelli in lingua italiana di tutto il mondo, compresi quelli in patria, che hanno curiosità e vogliono entrare in questo spirito newyorkese. Non della città, non 'urbano' in senso stretto.

Anche per motivi accademici e di studi, mi interessavo molto della libertà di stampa, del significato e di come si è sviluppata in questo Paese. Allora creai il mio slogan, scritto proprio sotto la testata: «Il Quotidiano in lingua italiana protetto dal primo emendamento dalla Costituzione degli Stati Uniti».

In sostanza, diventava l'unico giornale in lingua italiana letto in tutto il mondo e in questo modo si modificavano profondamente gli scenari tradizionali. Infatti, dagli inizi di internet fino a qualche anno fa, non si capiva quando tu leggevi un giornale come funzionasse l'applicabilità di alcune norme. Faccio un esempio: se il *New York Times* on-line parlava di un politico italiano e il politico italiano, sentendosi leso, voleva denunciarlo perché voleva denunciare l'articolo, a chi doveva rivolgersi? Al *New York Times* negli Stati Uniti? Cambiava tutto perché di solito prima si poteva denunciare dove il giornale veniva distribuito, ma con Internet tutto è cambiato. Non è che volessi fare un giornale chissà per quale battaglia, era soltanto uno spunto.

All'inizio qualcuno pensava che fossi mezzo matto, in realtà sono partito senza nessun capitale, senza niente, l'unico 'capitale' era quello dei miei collaboratori. Quando sono andato via da *America Oggi*, quelli che collaboravano con me ed erano già allora circa 35-40 persone sparse in tutto il mondo, mi dissero: «E ora noi che facciamo? perché noi lì non ci scriviamo più». E allora io dissi: «Facciamo quest'altra cosa, però soldi non ne ho perché prima con *America Oggi* avevo un piccolo budget per pagare i collaboratori, mentre ora ho solo un'idea». E questa era l'idea: un giornale in lingua italiana ma con le regole americane. Così è nato e mi sono accorto subito - e questo vi sorprenderà - che fin dall'inizio, nei primi tre quattro anni, facevamo punte già abbastanza alte, tipo 100.000-130.000 lettori, di cui l'80% in Italia. L'80% dei nostri lettori, all'inizio, erano italiani incuriositi da questo giornale, protetto paradossalmente dal primo emendamento della Costituzione degli Stati Uniti. Il lettore dall'Italia e dal mondo si ac-

corgeva che questo modo di affrontare i problemi, quelli italiani, quelli internazionali, anche quelli locali, il modo di fare dibattiti sulla religione, su Colombo, etc. aveva un approccio, anche se in lingua italiana, di chi, bene o male, sentiva lo spirito di vivere una città come New York.

Non so se sono riuscito a essere chiaro, però era questa la bussola che ha portato alla fondazione del giornale. Per il valore di questa impostazione, mi hanno dato anche un premio, il premio Amerigo, che si fa in collaborazione con il consolato e l'ambasciata degli Stati Uniti in Italia. È un premio che si dà ai giornalisti italiani che lavorano in America, che spiegano l'America agli italiani e infatti la maggior parte dei premiati sono stati grandi corrispondenti dall'Italia e grandi corrispondenti dagli Stati Uniti che scrivevano per giornali italiani. Nella motivazione c'era una dichiarazione che mi fece capire che gli organizzatori avevano compreso il messaggio, parlando di un esperimento unico di giornale fatto all'estero che tuttavia faceva informazione di ritorno e attraeva il lettore in Italia. A me hanno detto persone che si occupano di queste tematiche o, comunque, del rapporto tra gli italiani in America e gli italiani in madrepatria: «Guarda, Stefano, che tu, volendo o non volendo, hai fatto una cosa, come l'informazione di ritorno, di cui si è sempre parlato, ma che ancora non era stata fatta, vale a dire far leggere o comunque attirare l'attenzione dei lettori italiani su quello che succede agli italiani in America, in Australia, e così via. Finalmente. Grazie a internet, sei riuscito ad attrarre con questo esperimento che hai realizzato tante persone, non solo lettori ma anche istituzioni».

Ma se poi qualcuno mi chiede se ho avuto successo con *La Voce di New York*, devo ammettere che il successo imprenditoriale fino ad adesso non c'è stato, nel senso che il nostro è sempre rimasto un giornale con pochissimi fondi. Tanto è vero che adesso – penso lo sappiate – da febbraio dell'anno scorso mi sono scaricato della direzione del giornale perché non potevo più permettermi di essere il direttore in quanto i sacrifici erano diventati enormi. Non potendo guadagnare come si guadagna quando si assolve a un impegno 24 ore su 24 devo fare anche altri lavori, altre attività giornalistiche oppure lavori all'università. Ho messo nelle mani di Giampaolo Pioli, che era comunque già il nostro presidente, la direzione e io mi occupo dell'ONU per il giornale, soprattutto degli Esteri dell'ONU. Ora il giornale, grazie al fatto di essere in mano a persone che non sono solo bravi giornalisti ma anche bravi a capire che un giornale è anche un'azienda, qualcosa che deve reggersi sulle proprie gambe, sta cercando di fare quel passaggio in più, cioè di diventare uno strumento informativo con un retroterra aziendale.

In ogni caso, è indiscutibile che abbiamo avuto un enorme successo di pubblico e di obiettivi conseguiti, siamo letti in 168 paesi. Se guardo nella mappa di Google, vedo che la maggior parte dei lettori sono negli Stati Uniti e in Italia, però trovo chiazze in tutti i paesi del mondo, cioè gli italiani ci cercano e ci leggono ovunque. Di questo, naturalmente, sono più che soddisfatto, anche se il giornale ha ancora tanta strada da fare.

Norberto Lombardi

Ascoltiamo ora le considerazioni di Angelo Persichilli, che ci parla dal Canada, precisamente da Toronto, uno degli epicentri mondiali dell'immigrazione italiana nel secondo Novecento.

Angelo Persichilli

Giornalista di testate in italiano e canadesi, editorialista,
dal 2012 direttore della comunicazione del Primo Ministro Harper

Vorrei iniziare con una domanda: è importante diffondere la lingua italiana o l'italianità? Si tratta di due cose molto importanti però diverse e forse divise, nel senso che diffondere la lingua italiana è sicuramente un obiettivo apprezzabile però fine a sé stesso, diffondere invece l'italianità mi sembra molto più importante, preferibile. E allora bisogna anche cambiare lo strumento, che non è più la lingua d'origine ma la lingua che ci consente di realizzare all'estero prima e più diffusamente il nostro scopo.

Se decidiamo di diffondere l'italianità, molte volte la lingua italiana può diventare addirittura un impedimento. Questo vale per noi e per tutti. Anche se, per esempio, lo spagnolo è la lingua più parlata non dico al mondo, ma nel nostro emisfero, tuttavia non c'è un tema culturale che contraddistingua l'ispanicità che si rifaccia alla lingua. Quindi, credo che bisognerebbe avere delle idee ben precise su che cosa puntare per una presenza più ampia e radicata del nostro Paese nella sfera globale. L'Italia - lo diciamo tutti - ha molte cose su cui fare leva all'estero dal punto di vista economico, sociale, culturale, artistico e così via. La mia impressione, tuttavia, è che non ancora siamo riusciti a utilizzare al meglio queste possibilità, ci siamo persi un po' per strada. Ecco, mi piacerebbe che si sviluppasse un poco di più questo discorso, cioè diffondere l'italianità più che l'italiano.

Norberto Lombardi

La parola per l'ultimo intervento del primo giro all'on. Fabio Porta, che non solo è deputato eletto nella ripartizione America meridionale della circoscrizione Estero, ma è anche un profondo conoscitore delle comunità di origine italiana presenti nel mondo.

Fabio Porta

Deputato eletto nella ripartizione America Meridionale della circoscrizione Estero,
Presidente della Commissione interparlamentare Italia Brasile

Angelo Persichilli è stato breve ma forse ci ha dato la provocazione più azzeccata sul discorso dell'italianità. Vaccara parlava anche di italicità, citando Piero Bassetti, e anche Norberto nell'intervento iniziale faceva questo riferimento al tema della lingua, che meriterebbe un dibattito a sé stante, e che comunque si incrocia, non potrebbe essere diversamente, col tema della comunicazione. Ascoltando Stefano Vaccara mi tornavano alla mente gli accenti siciliani a me tanto familiari: anche nella globalizzazione si conserva quel timbro che poi ci fa essere un po' tutti *glocal*, insieme globali e legati alle nostre origini.

Norberto Lombardi

Non a caso la rivista dove comparirà questa tavola rotonda si chiama *Glocale*.

Fabio Porta

Cercherei di fare una panoramica su un tema che comunque è molto suggestivo, interessante e complesso. Cerco di partire da ieri, dalla storia dell'informazione degli italiani all'estero per arrivare all'oggi e per fare qualche ipotesi su come potrebbe e dovrebbe essere domani. Ovviamente dal punto di vista di un politico che si confronta anche, a livello istituzionale, con gli aspetti dell'ordinamento, della legislazione, dei contributi pubblici.

Dal punto di vista storico non aggiungo molto alle considerazioni che avete già fatto. La stampa di emigrazione, in particolare in Brasile, un Pa-

ese con il quale festeggeremo nel 2024 i 150 anni di presenza italiana, era costituita da giornali e testate che andavano al di là della semplice informazione. «Il Fanfulla» a San Paolo, ma anche tutti i bollettini degli anarchici, dei socialisti e di altri sodalizi erano qualcosa di essenziale non solo per il servizio che prestavano alla comunità, ma anche per la formazione di una coscienza di classe da una parte, dall'altra per l'identità e l'orgoglio di una comunità che all'inizio del secolo scorso era addirittura prevalente in quell'area. Se penso, invece, agli ultimi vent'anni, che ho seguito anche dall'osservatorio parlamentare, è indubbio che ciò che diceva Giangi prima e in parte anche Stefano Vaccara risponda al vero, cioè che la carta stampata e l'informazione di servizio seguano l'evolversi o anche l'involtersi dei tempi. Oggi non c'è più la necessità di avere un giornale tra le mani per informarsi. Anche in Italia c'è una crisi della carta stampata che, ovviamente, è dovuta alla diffusione anche on-line delle stesse notizie che si trovano sui quotidiani stampati. Io stesso mi trovo raramente nella sala stampa della Camera a sfogliarli e leggerli direttamente.

Detto questo, non si può non notare, anche dal punto di vista politico, una sorta di paradosso e di contraddizione. Da quando è stata introdotta la circoscrizione Estero (torno sul tema della partecipazione), da quando esistono gli eletti all'estero, da quando gli italiani all'estero a tutti gli effetti sono soggetti attivi e non solo passivi dal punto di vista della partecipazione democratica, e ancora da quando gli italiani all'estero con passaporto sono raddoppiati da un punto di vista numerico nel giro di vent'anni, abbiamo assistito parallelamente a una diminuzione, che non credo sia dovuta soltanto a un problema di cambiamento degli usi e costumi, del numero delle testate, dei giornali e delle riviste, in genere delle pubblicazioni destinate agli italiani all'estero. Francamente, nonostante l'evoluzione del sistema informativo, ci saremmo aspettati non dico un aumento delle testate, ma perlomeno una tenuta e questo non è avvenuto. Una tendenza che comunque ci dovrebbe far pensare perché il livello di democrazia di un Paese, anche della democrazia per gli italiani all'estero, è sicuramente collegato al livello di informazione che esiste, o che non esiste, anche per questi elettori.

Ovviamente vanno distinte le aree, l'Europa non è il Nord America o il Sud America, ci sono delle specificità per ogni area regionale, però oggettivamente questo, da un punto di vista politico, per me è un tema che mi sembra giusto evidenziare e mettere alla nostra attenzione. Poi è vero un dato generale, che però non riguarda soltanto la stampa degli italiani all'estero, riguarda anche il mondo dell'associazionismo, lo stesso sistema di rappresentanza e forse addirittura il voto e la stessa presenza in Parla-

mento: si ha l'impressione che tutta questa grande infrastruttura che noi abbiamo costruito dopo anni di lotte, di dibattiti e discussioni, poi quando è stata realizzata si è trovata a confrontarsi con una realtà che magari non era più allineata con la struttura che era stata pensata, una struttura costruita sull'italianità di qualche decade fa.

Veniamo alla situazione attuale. Norberto ci chiedeva qual è l'orientamento pubblico in merito al tema dell'informazione in italiano all'estero. Ma io mi chiedo: esiste un orientamento da parte delle nostre istituzioni? Non voglio semplificare prendendomela col Governo perché sarebbe troppo facile, parlo piuttosto del Sistema Italia in generale. Io temo che non ci sia un vero e proprio orientamento sull'informazione, sulla comunicazione degli italiani all'estero, forse perché ancora non c'è una consapevolezza generale in ordine al potenziale che gli italiani all'estero incorporano. Lo abbiamo detto tante volte, poi alla fine ci troviamo a fare i conti con la realtà. Si possono anche fare esempi legati alla stessa vicenda dei contributi che per quanto si riferiscano a una platea che nel corso degli anni diminuisce, negli ultimi mesi hanno determinato un aumento delle problematiche e dei casi critici. Le situazioni critiche si sono moltiplicate, abbiamo assistito a una progressiva penalizzazione proprio delle testate più vivaci, più attive e più serie. Mi riferisco all'*Eco d'Italia* in Svizzera, alla *Voce d'Italia*, oggi in Spagna e ieri in Venezuela, a *La gente d'Italia*, ad *Allora* in Australia. Insomma, le realtà bene o male più significative si sono trovate a fare i conti con una legge inadeguata, forse obsoleta, sicuramente confusa che ha fatto in modo che per problemi diversi, ma tutti legati alla farraginosità di questa normativa, riviste o giornali abbiano visto sospeso il loro contributo, con il rischio concreto di chiudere, anzi probabilmente alcune hanno già chiuso, assieme ad altre che non rientrano in questa casistica.

È vero quello che dicevaangi, cioè che molte di queste riviste sopravvivono grazie ai contributi, ma gli stessi contributi, non solo per problemi burocratici ma anche per la loro esiguità, stanno causando un altro tipo di problema. Mi dicono che alcune riviste, come *Insieme* in Brasile, ma si potrebbero fare anche altri esempi, si sono convinte che non vale nemmeno la pena chiedere il contributo perché lo stress, il lavoro e la fatica che si fa per cercare di ottenerlo, per poi dover ricorrere addirittura agli avvocati se non viene dato o erogato in ritardo o sospeso, scoraggiano molti a chiederlo. Conosco responsabili di testate in Argentina e in Brasile che non hanno mai chiesto il contributo, pur potendolo fare formalmente, perché non vogliono immettersi in questo labirinto kafkiano. E potrei fare anche altri esempi, non direttamente legati alla questione dei contributi alla stampa periodica.

Un po' di giorni fa ho incontrato nel mio ufficio Giuseppe Della Noce, direttore dell'Agenzia AISE, una delle più importanti per gli italiani all'estero, e Pietro Lunetto, direttore di Radio MIR di Bruxelles, con i quali avevamo organizzato un'iniziativa qualche mese fa alla Camera dei Deputati sull'informazione. Abbiamo parlato dell'ultimo bando del Ministero degli Esteri sull'informazione del Turismo delle radici che piuttosto che favorire l'informazione, come si dovrebbe fare, in particolare attraverso gli strumenti esclusivamente dedicati agli italiani all'estero, per come sono stati individuati diciamo i percettori di questi contributi ne rende impossibile l'accesso da parte dei protagonisti veri. Mi pare che si tratti di un finanziamento di 650 mila euro del Governo italiano per chi fa informazione sul turismo delle radici, dato a un gruppo editoriale che deve garantire almeno un milione e duecentomila euro di fatturato. Anche qui, a proposito di orientamento pubblico, mi pare ci sia un disorientamento o, se si preferisce, un orientamento che va esattamente in direzione opposta rispetto a dove si dovrebbe andare.

Avviandomi a concludere il mio intervento in questo primo giro, che cosa dovremmo fare anche come legislatori? Probabilmente una nuova legge, una normativa diversa, alla quale stiamo lavorando, capace di correggere le storture e aumentare le risorse. Credo che dobbiamo davvero cominciare a pensare a un nuovo parametro e, in questo senso, forse l'esperienza de *La Voce di New York* è interessante. Capire, insomma, che oggi fare comunicazione all'estero vuol dire sostanzialmente avere a che fare con la promozione della lingua italiana che, certo, non è l'unico obiettivo da perseguire, ma che comunque resta un fattore importantissimo della nostra identità, della nostra italicità, ed è anche un elemento importante per dare valore e contenuto alla cittadinanza, che, a mio avviso, continua a essere un termine, diciamo così, non univoco.

A proposito di italicità, potremmo anche qui soffermarci a lungo. La sua promozione, in ogni caso, avrebbe sicuramente bisogno di un investimento sulla lingua più consistente e più serio di quello che si sta facendo, così come sulla comunicazione, che è essenziale per il made in Italy e per la promozione del Sistema Paese. Invece, si sta facendo molto poco.

Un altro capitolo potrebbe essere quello di RAI Italia che in questi anni è stata prima RAI International: un grande buco nero, una grande occasione perduta, uno strumento che non è mai riuscito a entrare in sintonia con il mondo dell'Italia all'estero per problemi di palinsesto, di lingua, di approccio culturale.

Infine il tema a cui facevo riferimento all'inizio, quello della democrazia e della partecipazione. Purtroppo, se guardo alla mia area geografico-elet-

torale, devo rilevare un altro grande paradosso. Al di là dell'evoluzione del sistema informativo, il Paese che ha il più grande numero di italiani in Sud America e nel mondo, l'Argentina, che è arrivato vicino a un milione di iscritti all'AIRE, è anche il Paese dove c'è il minor numero di organi di informazione per la comunità italiana. Anche qui, senza avventurarmi in analisi politiche, credo ci sia un collegamento tra le due cose, anche con gli effetti distorti dal punto di vista politico ed elettorale che ne derivano sul piano della partecipazione, o, se vogliamo, con la volontà di alcuni protagonisti di questa politica di non investire in informazione ma in disinformazione. A questo proposito, si potrebbe approfondire anche il capitolo dell'informazione on-line di alcuni blog, portali che sono nati non per informare, ma per disinformare soprattutto quegli italiani che sono molto lontani dal nostro Paese e che non hanno accesso a un'informazione completa.

Chiudo qui, vorrei solo rispondere a Norberto con una provocazione finale quando ci chiedeva se ancora si può parlare di comunità, lo non lo so, ma credo che se ne può parlare in termini diversi sicuramente, deprezzati anche rispetto a quelli di qualche anno fa. Forse oggi la 'collettività', intesa soprattutto in termini numerici, sta diventando preponderante sulla 'comunità' e la mancanza di una comunicazione adeguata, dico in generale e non in particolare, è responsabile di questa disaffezione comunitaria alla partecipazione politica, anche all'estero.

Angelo Persichilli

Norberto scusami, a proposito delle comunità all'estero, del preservare e sviluppare l'italianità, soprattutto nella sua dimensione culturale, mi ricordo che feci un'intervista a Moravia e gli chiesi cosa pensasse della comunità di origine italiana qui in Canada. Mi dette una risposta molto intelligente: «Signor Persichilli, per fare i soldi ci vuole talento, per spenderli ci vuole cultura». Praticamente ci chiamò benestanti ma ignoranti e io credo che questo si rifletta molto su tantissime attività che noi svolgiamo all'estero.

Non voglio generalizzare perché all'estero ci sono anche cittadini italiani che soffrono, che non trovano lavoro, però in massima parte sono abbastanza solidi economicamente, anche bene affermati, però la sensibilità culturale ancora non c'è. Questo non solo per colpa nostra, ma anche per mancanza di indirizzo e di stimoli da parte dell'Italia. L'Italia deve diffondere con maggiore impegno la sua cultura, ne ha tanta, il resto verrà dopo, non il contrario. Io vedo, invece, una mancanza di programmazione a livello governativo e delle istituzioni nazionali e anche regionali, con la

conseguenza che si perde d'occhio quello che si vuole fare. In Canada, ma anche negli altri Paesi, arrivano delegazioni, si promuovono incontri e feste, si incontra il compare che non si vedeva da chissà quanti anni e gli si fa vedere che adesso è diventato assessore, poi si fa la gita alle cascate del Niagara, si ritorna in Italia e si ricomincia da zero. Ecco, questa cosa magari sembra fuori contesto, ma se noi non riusciamo a contestualizzare il tutto, il modo come vengono fatte queste visite, i rapporti con le regioni, le iniziative nazionali e la verifica dei loro sviluppi, se non riusciamo a coordinare il tutto sia a livello nazionale che regionale, continueremo a sprecare le occasioni che ci si presentano.

Spesso sentiamo usare questa espressione: «il grosso tesoro, la risorsa dei cittadini di origini italiane che vivono all'estero». Quando vengono, molti politici italiani si affannano a parlarci come se ci dovessero consolare, a evocare tristezza e nostalgia. Noi non abbiamo nessuna nostalgia. Io parlo per me, ma anche in generale: i nostri figli desiderano l'italianità ma non si mettono a piangere quando sentono dell'Italia, tifano per una squadra italiana e per la nazionale, tifano per la Ferrari, ma stanno bene in Canada e sono un vantaggio per il governo italiano, per gli italiani d'Italia che devono vedere cosa possiamo fare noi per loro, non loro per noi. Loro per noi possono fare ben poco perché tutto quello che abbiamo non è il risultato dell'influenza della cultura italiana. Mia sorella vive in Italia però non è lei sola italiana, sono anche io italiano. Io non ho bisogno di lei però io posso aiutarla con la mia esperienza. Io so vivere con il somalo, con l'ungherese, con tutti gli altri, mentre lei non è abituata a vivere con nessuno e appena arriva un po' di immigrazione, in Italia vanno tutti nel pallone. Scusatemi se ho allargato il focus, ho voluto mettere in risalto anche il ruolo che possiamo svolgere attraverso iniziative che noi possiamo promuovere, collegandoci, impegnandoci insieme e cooperando.

Norberto Lombardi

Grazie Angelo, sempre frizzante e stimolante. Si vede che i molisani non perdono l'abitudine all'uso del peperoncino, in questo caso sul piano dialettico, che continuano a coltivare assiduamente anche all'estero.

Prima di ridare la parola a Gianni Cretti per avviare il secondo giro di interventi, vorrei aggiungere qualche breve considerazione. Ascoltandovi, non ho potuto fare a meno di percepire dei motivi di contraddizione su due punti nodali. Il primo è che in una realtà come l'Italia, che nella sua storia moderna ha sempre avuto bisogno di uscire dai suoi confini per esi-

genze di natura economica e commerciale e per affermare un suo profilo internazionale, non ci si renda conto, a livello di classe dirigente, che la comunicazione è una delle armi più incisive e penetranti per poter raggiungere l'obiettivo. Eppure, in tempi più recenti, alcuni governi si sono posti il problema di promuovere all'estero il Sistema Paese e di farlo integrando i diversi settori di intervento. Non oso pensare che la comunicazione sia lo strumento risolutivo di un programma di promozione, ma quantomeno una leva adatta a usare al meglio quella risorsa, al di là della retorica, quella autentica fortuna che noi abbiamo, vale a dire la consistente presenza di italiani nei crocevia del mondo moderno. È stupefacente, insomma, che non ci si renda conto di dovere incorporare nei progetti promozionali e nei conseguenti finanziamenti lo strumento della comunicazione.

Il secondo punto – lo accennava Angelo – è quello dell'autonomia culturale delle nostre collettività (uso questa espressione, scritta anche nelle leggi sulla rappresentanza, per semplificare e per non inoltrarmi nel complesso problema dell'attuale profilo delle nostre 'comunità'). Continuiamo a essere preda di un nostro antico vizio, quello italo-centrico, in conseguenza del quale tutto deve partire da Roma. In particolare, continuiamo a ritenere che la cultura è autentica e alta soltanto se si irradia dall'Italia. Se si analizza con strumenti e metodi giusti la condizione culturale delle nostre collettività, ci si rende conto che ormai c'è un po' dappertutto la possibilità di scambi, di stimoli reciproci, soprattutto in tempi di interculturalità, come quelli che attraversiamo. Basti pensare soltanto a quello che sta succedendo nella scuola italiana, dove ormai oltre 800.000 ragazzi figli di stranieri siedono negli stessi banchi dei nostri figli e nipoti. La percezione e il giusto apprezzamento dell'autonomia culturale delle nostre collettività rappresentano un passaggio obiettivamente importante, non solo per il ruolo significativo che quelle presenze hanno nelle realtà estere, ma anche perché esse rappresentano un'opportunità reale per il rinnovamento culturale della nostra stessa società. Perché più siamo protagonisti identificabili per una chiara identità, capaci di interloquire su un piano culturale con altre collettività e soprattutto con le società di accoglimento, e meglio è per tutti.

Giangi Cretti

Toccherò rapidamente diversi punti, in ordine sparso. Condivido una cosa che è stata detta prima da Angelo: in Italia, in generale, manca una programmazione su tutto quanto riguarda la proiezione verso l'estero, sia nel campo delle politiche specifiche, sia nel modo di proporsi, sia nell'azione di promo-

zione vera e propria. La percezione che ho in modo sempre più chiaro vivendo all'estero e frequentando saltuariamente il Ministero degli Esteri è che in Italia gli italiani all'estero, i loro enti di rappresentanza, le associazioni, le testate giornalistiche siano vissute come un fastidio, qualcosa di cui sarebbe meglio liberarsi rapidamente: «In fin dei conti, questi cosa vogliono?»

Questo tipo di approccio si riflette anche sul modo in cui le istituzioni italiane sono presenti sul territorio. Faccio riferimento alla rete diplomatico-consolare, che percepisce quelle che abbiamo sempre chiamato 'comunità', le associazioni e le testate come qualcosa di residuale, che appartiene al passato e che oggi non ha più ragione d'essere. Questa corsa alla modernizzazione a ogni costo, priva di programmazione, che passa attraverso l'inglese, le nuove tecnologie e soprattutto una comunicazione persistentemente italo-centrica, proiettata da Roma verso l'estero, fa in modo che non si valorizzi assolutamente la comunicazione prodotta sui territori, come può essere l'esperienza de «La Voce di New York», che ha avuto un indiscutibile successo di pubblico ed è in cerca di un successo aziendale. Questo, più in generale, è l'ostacolo da superare perché tutti noi siamo consapevoli di quale grande potenzialità abbia l'online. Evidentemente, un conto è avere successo perché riesci a formare e interessare un pubblico, un altro è riuscire ad avere risorse adeguate per avere anche una struttura dietro le spalle che ti consenta di sopravvivere come azienda. La prospettiva delle testate, dunque, sicuramente deve essere vista in questa direzione. Anche perché se non sono queste testate a farlo, vorrei capire chi parla delle comunità italiane all'estero, se non eventualmente per parlare di scandali o di grandi successi di qualche Anthony Albanese che diventa premier in Australia o di qualcun altro che ha un cognome vagamente italiano, che ci rende fieri di questa italianità sparsa per il mondo.

Da questo punto di vista, la promozione integrata non esiste per quanto riguarda le testate che fanno informazione sul territorio, ma non esiste, in generale, neanche per quanto riguarda la capacità di utilizzare bene la risorsa che effettivamente la collettività degli italiani nel mondo potrebbe rappresentare per il Paese. Prendiamo l'esempio del turismo delle radici, concepito per apportare risorse ai territori del Belpaese, ma poi impostato immaginando che tutti gli italiani che stanno all'estero siano delle casse di risonanza a titolo gratuito, che devono farlo perché sono italiani ed è normale che parlino bene dei luoghi di origine e si mettano disposizione. Questo è l'atteggiamento che esiste fra gli enti, le strutture e le istituzioni italiane verso di noi che siamo all'estero, un atteggiamento che si riverbera anche sul modo di fare comunicazione e di pensarla. Il bando di concorso a cui faceva riferimento prima Fabio per quanto riguarda il turismo delle radici

è uno dei tanti esempi che si potrebbero fare rispetto agli investimenti che l'Italia fa sull'estero, sempre concepiti a mo' di spot pubblicitario e sempre legati a una situazione momentanea, sostituita poi da qualcos'altro.

Angelo Persichilli

Scusami, Giangi, mi permetto di interrompere per sostanziare quello che stai dicendo. Arriva un certo ministro (non parlo di partiti perché si differenziano poco tra loro) e fa un programma di investimento diciamo in Canada, poi cambia il governo, cambia il ministro e viene buttato tutto all'aria e si ricomincia da zero. Quindi, noi siamo usati solamente per giustificare determinate azioni politiche, e ripeto non mi riferisco a nessun partito in particolare ma a tutti, siamo considerati soggetti da poter utilizzare per fare programmi preconfezionati quando piace a loro. Vengono qui, salgono su un palco, prendono un microfono e portano il saluto dall'Italia. Mi ricordo di uno che faceva il presidente di una regione che parlava come se parlasse a dei malati di nostalgia. No, non mi manca l'Italia perché ci andiamo quando vogliamo, la vediamo forse anche di più e la conosciamo forse anche meglio di quelli che stanno in Italia attraverso le risorse della tecnologia e della comunicazione.

Quel tipo di politica, purtroppo, è ancora lì, perché chi l'interpreta deve cercare di portarci in Italia. Noi siamo anche l'Italia, siamo parte dell'Italia, con la sua cultura e le sue dinamiche. Ho fatto il giudice della cittadinanza, però dicevo a tutti quelli che venivano a prestare giuramento: «lo faccio ancora il tifo per l'Italia, quando gioca l'Italia porto la bandiera azzurra, faccio il tifo per Totti, ma non è quello il modo di essere italiani». Io sono in Canada, sono canadese a tutti gli effetti, sono quello che distribuisce le cittadinanze, però sono di origine italiana, mi piace il calcio, mi piacciono gli spaghetti, mi piacciono tante altre cose della mia cultura d'origine, sicché questo fatto che in Italia si creda che l'italianità stia sempre lì e ce la devono portare è sbagliato. Forse l'italianità gliela dobbiamo riportare noi indietro perché ancora non capiscono cosa significhi essere italiani nel mondo.

Giangi Cretti

Sottolineo che la mancanza di progettualità e di strategia è fortemente penalizzante e si evidenzia in tutto quello che viene fatto per quanto riguarda la promozione dell'italianità all'estero.

La lingua ritengo sia un valore distintivo identitario fondamentale per quanto riguarda la comunicazione. Però evidentemente va tarata rispetto a quelle che sono le capacità di creare comunicazione perché è inutile parlare italiano laddove non c'è l'utenza che possa fruire di questa comunicazione. Comunque, è fuori di dubbio che si debba investire per sostenerla. Ma anche qui, se pensiamo a quello che lo Stato italiano sta disinvestendo dopo il flop nella promozione della lingua e della cultura italiana ci rendiamo conto che anche in questo campo progettualità e strategia sono sostanzialmente penalizzate dalla solita miopia politica e istituzionale. Credo, dunque, che la previsione di cosa ci aspetta nel futuro sia tutta da immaginare, e bisogna avere molta fantasia.

C'è, infine, il discorso di Rai Italia e delle piattaforme di Rai Italy, di questi programmi che si stanno inventando dall'Italia per l'estero, che sono un'ulteriore dimostrazione di quanto loro ci conoscano veramente poco. Le risorse: l'Italia intende tagliare, il canone Rai da 90 a 70 euro e questo penalizzerà sicuramente la disponibilità delle risorse che verranno messe a disposizione per la stampa, perché sono quei fondi che finiscono nel cosiddetto 'fondo per il pluralismo' che dovrebbe servire anche per sostenere la stampa all'estero. Anche da questo punto di vista, dunque, c'è una situazione che sta gradualmente franando.

Norberto Lombardi

È un tema che sarebbe bene approfondire, speriamo di poterlo fare alla prima occasione. Restituirei ora la parola a Stefano Vaccara perché possa riprendere la riflessione sull'esperienza de *La Voce di New York*, anche alla luce delle considerazioni che sono state fatte dopo il suo primo intervento.

Stefano Vaccara

Per quello che ho sentito, abbiamo tutti a che fare con le stesse cose, cioè l'improvvisazione e la mancanza di pianificazione per gli italiani all'estero. Sono d'accordo con quello che avete detto. Tra l'altro, qui a New York, come da voi in Canada, si vede bene come altri paesi sappiano organizzare, sappiano sfruttare intelligentemente la presenza dei loro cittadini all'estero. Parlo dei francesi, dei tedeschi e persino dei portoghesi, che ho visto seriamente impegnati ad aiutarsi gli uni con gli altri.

Se posso aggiungere un'ulteriore esperienza, parlo anche per conoscenza diretta perché, oltre alla nazionalità statunitense, ho anche la nazionalità francese per via di una mia nonna e sono iscritto, quindi, al consolato francese, anche se non ho molto partecipato alle iniziative promosse. Anche perché sono francese di nazionalità ma non di cultura: sono siciliano, poi italiano, poi americano e forse in ultimo francese di passaporto. Però, in questi anni a New York, ho potuto constatare come loro siano organizzati nel pianificare tutte le attività che fanno, dall'insegnamento della lingua al voto all'estero, che noi dopo anni finalmente abbiamo raggiunto, mentre loro su questo già erano operativi.

Conobbi Tremaglia da giornalista perché giovanissimo gli feci un'intervista che a lui piacque tantissimo e da quel momento ogni volta che veniva a New York chiedeva di me per un'intervista, pur essendo io – e lui lo sapeva benissimo – distante dal suo partito e dalle sue idee. Ho intervistato tante volte Tremaglia e cosa avesse in mente me lo spiegava quando voleva fare eleggere gli italiani all'estero. Alla fine è arrivata un'altra legge che non era quella che lui voleva. Me lo confermò anche Fassino in un'intervista (allora se ne occupava come Sottosegretario agli esteri) dicendomi che con Tremaglia aveva dovuto accettare alcuni necessari compromessi. Tremaglia, in sostanza, non voleva il voto all'estero che poi c'è stato perché questo tendenzialmente divide le comunità italiane all'estero, una volta che i partiti italiani si presentano e mettono in concorrenza gli italiani all'estero gli uni contro gli altri.

Tutto questo non è servito molto agli interessi degli italiani all'estero. Tremaglia voleva che gli italiani avessero la possibilità di intervenire in Italia, come in effetti succede in tanti altri paesi, per esempio in Francia, dove dall'estero si possono eleggere non dei veri e propri deputati ma dei rappresentanti che vanno lì e sono una specie di osservatori senza diritto di voto, che però hanno la facoltà di intervenire anche sulle elezioni presidenziali. Tremaglia voleva l'intervento diretto nell'ultimo comune di residenza e per questa cosa le forze politiche non si misero d'accordo e arrivò, invece, quest'altra soluzione. In un'intervista pubblicata usò questa espressione: «O prendi questa minestra o ti butti dalla finestra».

Perché dico questo? Non per girarla in politica, come si suol dire, ma per sottolineare l'improvvisazione con cui si fanno le cose. Alla fine non è che non ci fosse il voto all'estero, il voto l'abbiamo sempre avuto, il diritto lo avevamo, non avevamo l'accesso a questo diritto perché se devi tornare in Italia per votare è ovvio che di fatto il diritto è come se non l'avessi avuto. Quando ce l'hanno riconosciuto hanno fatto questa cosa stranissima, creando queste delimitazioni territoriali, una cosa che ti porta a dire:

«meglio questo di niente perché almeno ho l'onorevole Porta che quando parla in Parlamento alla fine esprime le nostre istanze». Parlo di questo perché la vicenda equivale a tutte le altre, improntate all'improvvisazione e non a una programmazione seriamente impostata, insomma una filosofia dell'ultimo momento e del minimo comune denominatore che può mettere d'accordo un po' tutti, al di là della qualità delle soluzioni.

Sulle altre cose che avete detto, sono d'accordo. Ciò che si deve preservare non è solo la lingua ma l'italianità e per valorizzarla bene all'estero ci vuole un minimo di programmazione e persone che lì, a Roma, non cambino ogni anno ma abbiano una certa stabilità e conoscano bene la nostra realtà.

Norberto Lombardi

La parola all'on. Fabio Porta per l'ultimo intervento.

Fabio Porta

Sull'ultimo tema, per la verità, dovremmo aprire una nuova sessione. Siamo quasi a 20 anni dalle prime elezioni per i rappresentanti all'estero e le cose che diceva Stefano Vaccara sono sicuramente interessanti. Credo che dovremmo avere il coraggio di fare autocritica, anche i soggetti direttamente coinvolti, e riflettere su cosa hanno fatto e come hanno contribuito gli eletti all'estero a fare conoscere la realtà da loro rappresentata, ma anche su cosa non ha funzionato. Nel 'cosa non ha funzionato', al di là della tecnicità della legge sul voto degli italiani all'estero, mi pare giusto richiamare ciò che diceva prima anche Angelo Persichilli sulle missioni, sulle delegazioni che vanno all'estero un po' per vacanza un po' per lavoro e quei discorsi retorici e mielosi; un approccio che in qualche modo c'era anche nella testa di Tremaglia, cioè un approccio nostalgico, la lacrimuccia delle istituzioni italiane verso gli italiani all'estero... Secondo me è forse lì la causa di tanti mali, anche attuali, perché non è un atteggiamento superato.

Faccio un esempio molto veloce per toccare il punto di ordine culturale che proponeva Norberto nella sua ultima provocazione, che è poi la chiave di tutto il discorso. Pochi minuti fa, sentivo l'intervista del Sottosegretario Silli sul turismo delle radici nel quale diceva che esso è win-win perché vince l'Italia con i turisti che vengono dall'estero e guadagnano gli italiani

che vanno all'estero dall'Italia. Siccome continuiamo a essere italoentrici diciamo che gli italiani che vengono a vedere dall'estero le nostre bellezze ci guadagnano. Sì, forse da un punto di vista emotivo, affettivo. Però anche questa risposta fa capire che l'approccio è sempre quello italoentrico e nostalgico di chi riceve ma non dà o non capisce che quello che noi possiamo ricevere è molto di più di quello che possiamo dare.

Concludo richiamando una situazione parlamentare che può preludere a una piccola rivoluzione culturale, anche se non potrà risolvere tutti i problemi aperti. Finalmente la Camera ha calendarizzato, dopo tanti anni (e tu, Norberto, ne sai qualcosa in proposito), la nostra legge sull'insegnamento delle migrazioni nelle scuole. Può essere il primo piccolo passo perché tutti questi problemi, di ordine soprattutto culturale, in quanto dipendono dall'ignoranza di ciò che veramente è il mondo degli italiani all'estero, possano essere affrontati con maggiore consapevolezza. Questa ignoranza deve essere curata e forse la cura va iniziata dai giovani nelle scuole parlando di migrazioni, di mobilità in senso molto più moderno rispetto all'immagine della valigia di cartone, leggendo finalmente quell'ultima pagina dei libri di storia che nessuno arriva a leggere perché fatalmente incombono le beate vacanze.

Norberto Lombardi

Siamo andati stasera apparentemente al di là del tema specifico per una convinzione che mi pare accomuni tutti: a monte vi sono problemi irrisolti ben noti e se non si affrontano quelli è difficile poi adottare tipologie di intervento più specifiche, non dico settoriali, ma almeno più focalizzate, come quella nel campo dell'informazione. Una battuta finale ad Alberto Barausse, per un saluto e un ringraziamento.

Alberto Barausse

Grazie per le tante suggestioni che, sia pure nella ristrettezza dei tempi, ci avete offerto. Mi sembra che i problemi in piedi sono comunque legati a retaggi storici con i quali ormai dovremmo fare i conti e sui quali dobbiamo riflettere per capire anche che cos'è l'italianità (perché l'italianità è fatta di tante cose diverse) e per capire anche l'importanza di preservare in ogni caso la lingua italiana, nel momento in cui anche la comunicazione all'estero si trova a confrontarsi con situazioni difficili e complesse.