

*

Stasera a Montevideo incontro dibattito "Informazione italiana in sudamerica", quale futuro?

A distanza di due secoli occorre tuttavia interrogarsi, severamente, sul ruolo che oggi possono ricoprire i giornali per gli italiani all'estero, ed in particolare in Sudamerica. 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 costituiscono 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 il nostro Paese.

**DALLA NOSTRA
REDAZIONE DI MONTEVIDEO**

Informazione italiana in sudamerica, quale futuro? E' questo il tema che stasera discuteremo a Montevideo con un ospite d'eccezione, Franco Siddi, segretario della federazione nazionale della stampa e presidente della commissione per l'editoria del



Cgje. Ci sarà anche l'onorevole Ricardo Merlo, presidente del Maie. "Mi spiace, sarei venuto di corsa, ma sono impegnato a Roma..." ha spiegato invece l'onorevole Fabio Porta del Pd, un parlamentare sempre vicino agli italiani nel mondo. E i nostri rappresentanti della maggioranza? Il senatore Caselli, argentino di Buenos Aires regolarmente invitato, non ha nemmeno risposto, presumibilmente indaffarato

a trovare i famosi dieci milioni di euro che ha promesso da tempo... Stessa musica per l'onorevole Angeli, da Rosario.... Pazienza, faremo anche senza di loro. Del resto non è che abbiamo fatto tanto per i connazionali nel Sudamerica.... Ci sarà invece il collega Pantaleone Sergi, primo relatore, e poi Gianni Raso, già direttore della Rai in America Latina, e Cinzia Frigo, console d'Italia in Uruguay. Con tutti i direttori delle testate italiane in suda-

merica, ed i colleghi della stampa uruguayana, l'Ansa, l'Adnkronos, la presidente della Dante Alighieri Renata Gerone, il Comites al completo, i rappresentanti del Cgie, politici e diplomatici, ministri e specialisti dell'informazione, il segretario generale della repubblica ambasciatore Breccia, ex presidenti uruguayani, le associazioni di categoria... Tutti a discutere dell'informazione italiana in questa parte del mondo, i suoi problemi, il futuro....

Dunque, entriamo in argomento: noi giornalisti siamo stati i primi nel mondo a far conoscere i problemi dell'emigrazione. E questo primato lo abbiamo conquistato per la povertà della nostra gente costretta a trovare, lontano dall'Italia, i mezzi per sopravvivere. Noi giornalisti dicevo siamo stati i primi ad occuparci dei nostri emigrati all'estero riservando loro attenzione attraverso i giornali. In un volume dedicato alla stampa italiana all'estero, pubblicato nel 1906, Giuseppe Fumagalli fa cenno infatti all'esistenza di testate italiane in Francia, Svizzera e Brasile, prima dell'800 così come si ha notizia di un periodico dei Cappuccini risalente addirittura al 1765 e di altri due giornali che esordirono nel 1797. La stampa italiana all'estero nasce, dunque, come stampa dell'emigrazione, con una forte vocazione regionale, professionale, reli-

giosa. Considerata per anni come una produzione marginale, la stampa per gli emigrati oggi si rivela una fonte preziosa di dati sull'esperienza politica e socio-economica della nostra emigrazione e rispecchia nelle sue contraddizioni e nella sua evoluzione le diverse fasi di inserimento



degli immigrati italiani nel contesto di un paese straniero.

A distanza di due secoli occorre tuttavia interrogarsi, severamente, sul ruolo che oggi possono ricoprire i giornali per gli italiani all'estero, ed in particolare in Sudamerica. 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 costituiscono 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 il nostro Paese. Eppure gli attuali governanti stanno facendo di tutto per far sparire gli uni e gli altri, soprattutto in questa parte del

SEGUE

125mila i giornalisti italiani

Sono circa 125mila i giornalisti iscritti all'Ordine in Italia. La professione di giornalista in Italia è regolata da una legge dello Stato: la legge 3 febbraio 1963 n. 69. Questa legge prevede che l'attività giornalistica è un'attività intellettuale a carattere professionale, caratterizzata quindi da quell'elemento di "creatività" che fa del giornalista non un impiegato o un operatore esecutivo, ma, appunto, un professionista. La legge riconosce poi la rilevanza sociale del giornalismo e impone, a chi lo eserciti in forma professionale, di iscriversi obbligatoriamente in un Albo dettandone condizioni e modalità; tutto ciò, soprattutto a garanzia della pubblica opinione e del lettore che è il destinatario dell'informazione. La legge, inoltre, prevede l'autogover-

no della categoria, la gestione dell'Albo affidata cioè a giornalisti che siano eletti democraticamente dalla categoria. Si sente molto spesso dire che solo in Italia esiste un Ordine dei Giornalisti. Questo è vero, ma è altrettanto vero che in tutto il mondo, e non solo in Europa, per quanto riguarda la tutela dei giornalisti, si registra una tendenza che è quella dell'autoregolamentazione. Si avverte in sostanza tutta la delicatezza di un intervento dello Stato, o di altri soggetti esterni che pongano limiti all'autonomia dell'informazione. Questa attenzione esiste non solo nei paesi latini, ma anche nei paesi anglosassoni che hanno una cultura giuridica diversissima: tutti insistono nel rivendicare che certi interventi, come ad esempio quello di natura deontologi-

ca, spettino agli organismi della categoria, siano essi Ordini professionali, Sindacati o Associazioni, e nel chiedere una protezione legislativa.



mondo. E la chiusura della Rai America Latina a Montevideo ne è l'esempio più evidente...

Eppure nel mondo contemporaneo e ancora più in quello dell'immediato futuro, il legame e l'interdipendenza tra senso di appartenenza, cultura, "business" e, quindi, comunicazione, sta diventando sempre più forte. Ma sono sempre più scarse le possibilità che gli italiani nel mondo restino agganciati al loro Paese attraverso la sola dimensione della Patria nel suo complesso e della piccola Patria etnica, che poteva 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. Oggi si deve 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. Esiste invece una grande necessità di innovare, sia lo strumento che il messaggio.

Cioè, mentre giornalisti ed operatori dell'informazione chiedono giustamente a gran voce che venga rivalutato il proprio lavoro, lo stesso viene trascurato e troppo spesso osteggiato dalle istituzioni italiane. Sì, è vero, anche la stampa deve cambiare gli 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, scientifiche e sociali dell'Italia. Occorrerebbe quindi valoriz-



zare soprattutto il ruolo culturale del nostro Paese perché la cultura non è solo bisogno voluttuario, soggettivo, ma rete di relazioni che promuove etica comunitaria.

Investire nei diritti culturali e quindi nell'informazione è dare spazio alla cultura come consumo critico, "etico", cioè alla cultura che sviluppa economia sociale, orienta i consumi nella direzione della qualità della vita e contribuisce all'arricchimento e sviluppo della persona. Naturalmente i media italiani all'estero devono continuare a essere importanti strumenti delle comunità locali a condizione, però, che sappiano rinnovarsi nella direzione di un adeguato aggiornamento tecnologico, di maggiore professionalità giornalistica, di più mercato con migliori condizioni di produzione e distribuzione. E ciò non soltanto per tutelare l'identità delle minoranze italiane all'estero ma per promuovere, attraverso l'informazione, la lingua, la cultura e l'immagine dell'Italia. L'informazione nel suo complesso ha il dovere di esporre un'immagine dei connazionali nel mondo che, superando vecchi stereotipi e facili generalizzazioni, ne rifletta la ricchezza di esperienze e il contributo in termi-

ni di progresso e di civiltà. 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. Del resto registriamo ormai da tempo 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. Basterebbero al riguardo poche cifre: dei 90 Istituti di cultura che compongono la nostra rete, 81 offrono corsi di italiano di vario tipo.

Nel 2009 sono stati attivati più di 7.000 corsi. All'estero esistono 179 Scuole italiane; 111 Sezioni italiane presso Scuole straniere. E vi lavorano 410 docenti. A livello universitario nell'anno accademico 2009-2010 abbiamo

avuto 263 lettori di ruolo, di lingua italiana, in 90 Stati per il 58 per cento in Europa, e badate bene, il 17 per cento nelle Americhe, il 12 per cento in Asia e il 12 per cento in Medio Oriente ed in Africa. I lettori di ruolo hanno coperto un bacino d'utenza di circa 36.200 studenti di cui 22.000 in Europa, 4.900 nelle



Americhe, 4.800 nel Mediterraneo e Medio Oriente, 3.600 in Asia e Oceania e 788 in Africa subsahariana. I corsi sono stati in totale circa 1.770 di cui 1.138 in Europa, 238 nelle Americhe, 157 in Mediterraneo e Medio Oriente, 195 in Asia e Oceania e 43 in Africa subsahariana. Mentre la Società Dante Alighieri ha attivato nel mondo 5.885 corsi per 202.794 soci studenti. Queste cifre sono significative di un crescente interesse verso il nostro Paese e la sua cultura. Ecco perché l'Italia dovrebbe a questo punto inserirsi da protagonista nella sfida globale della comunica-

LA FNSI

Federazione Nazionale Stampa Italiana



SINDACATO UNITARIO DEI GIORNALISTI ITALIANI

La Federazione Nazionale della Stampa Italiana (Fnsi) fu costituita nel 1908 e rifondata nel 1944, ed è una libera associazione fra le associazioni regionali dei giornalisti. Essa agisce nell'ambito dell'articolo 39 della Costituzione italiana che prevede l'assoluta libertà dell'organizzazione sindacale.

La Fnsi è il sindacato nazionale unitario dei giornalisti italiani e ha come suoi scopi principali: la difesa della libertà di stampa, la pluralità degli organi di informazione, la tutela dei diritti e degli interessi morali e materiali della categoria. Attività prevalente della Fnsi è quella di stipulare contratti collettivi di lavoro e di assicurare ai giornalisti l'assistenza sindacale anche in collaborazione con le Associazioni Regionali di Stampa e le strutture sindacali aziendali (Comitati e fiduciari di redazione). La Federazione Nazionale della Stampa italiana è l'unico sindacato dei giornalisti italiani ed è autonomo rispetto a ogni altra forza od organizzazione politica, sindacale ed economica. Nel Consiglio Nazionale della Fnsi sono presenti, a titolo consultivo, giornalisti designati dalle confederazioni sindacali (Cgil, Cisl, Uil e Ugl) in virtù di un patto di alleanza stipulato nel 1948, con il quale le altre organizzazioni sindacali hanno riconosciuto alla Fnsi la rappresentanza esclusiva degli interessi della categoria giornalistica.



SEGUE

zione, presentando al meglio le proprie realtà attuali al 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. Così come è accaduto a suo tempo con la diffusione della stampa, l'"informazione" è a disposizione oggi di un numero sempre più elevato di utenti e ciò è stato amplificato negli ultimi anni dall'esistenza di Internet che rappresenta l'infrastruttura di quella che viene chiamata "Società dell'informazione" e di un nuovo modello economico che va sempre più affermandosi in Europa e nel mondo. In questo nuovo tipo di società lo scambio di informazioni ha raggiunto livelli impensabili solo un decennio fa, in conseguenza soprattutto dell'evoluzione della tecnologia elettronica posta al servizio, tra le altre cose, anche del progresso intellettuale. Invece cosa accade? Si tagliano consolati, uffici di cultura, si dimezzano i contributi a quotidiani e periodici, si inaspriscono le regole....

La globalizzazione prevede una competizione globale in un mercato che solo apparentemente è unico, ma che invece presenta una dimensione di aspra competizione mondiale in cui si vanno definendo le aree di influenza di almeno tre poli: USA, UE e Giappone o area asiatica. Se non ci si ferma alla semplice definizione, ma si vuole capire come e perché i mercati diventano sempre più interdipendenti, come e perché beni, tecnologia e capitali si scambiano oggi oltre i confini dei singoli paesi, occorre indagare sul significato reale del termine globalizzazione che suggerisce un avvenuto cambiamento qualitativo nella nostra società. Protagoniste indiscusse di questo cambiamento, che non assume sempre valenza positiva ma che anzi presenta spesso risvolti che incentivano le disuguaglianze economiche e sociali, sono quelle che vengono definite risorse elettroniche: programmi, testi, pagine web, archivi di dati, cataloghi di biblioteche, fotografie, filmati, documenti sonori e tutte le informazioni che possono essere messe a disposizione soprattutto attraverso la moderna tecnologia informatica.

Un ulteriore tema è quello della domanda da parte dell'Italia di informazione di ritorno sugli italiani nel mondo. Perché 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 accogliimento, sull'irradiazione socio-culturale da esse rappresentato. L'impegno istituzionale per mantenere vivi i legami con gli italiani all'estero finora 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. Occorre 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 delle 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, e quelli in sudamerica in particolare, 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. La sfida cui devono saper adeguarsi i giornali per gli italiani nel mondo sono dunque tecnologiche, con l'avvento delle rete web e delle comunicazioni satellitari, politiche in quanto capaci di inserirsi nel processo di globalizzazione, sociali nel senso che tenga conto dell'inarrestabile processo di emancipazione delle comunità emigrate, culturali per la crescente domanda di italianità nel mondo, e socio-demografiche per 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 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 ita-

liani all'estero alla cultura, alla economia, all'industria, al commercio, alla scienza mondiale, con particolare attenzione alle nuove dinamiche della rivoluzione multimediale. Quotidiani e periodici per gli italiani nel mondo devono dunque ispirarsi alla logica dei giornali "bottom-up" che è quella di disporre di bravi giornalisti, scelti in base al merito professionale perché agiscono quanto più possibile in prossimità dei fatti. Questi giornalisti ricercano fatti, interrogano fonti, esercitano verifiche e infine riportano tutto ciò, dal basso verso l'alto, sottoponendone la coerenza al proprio responsabile di redazione.

Quanto più corretto e approfondito è il loro lavoro, tanto più esso viene condiviso dal giornale che lo pubblica fino a influenzare le opinioni espresse dallo stesso giornale. Le opinioni dipendono cioè dai fatti e dallo sforzo di conoscenza. Di qui l'esigenza di corsi professionali per quanti sono chiamati ad operare nel campo della informazione. E qui a Montevideo la Fondazione Italia nelle Americhe, insieme con la Dante Alighieri, hanno messo in piedi un corso "pilota", nove mesi di lezioni teoriche e pratiche, cui hanno partecipato 26 giovani italo-uruguayani. Un'esperienza unica che ha avuto il consenso e l'approvazione oltre alle istituzioni italiane anche di quelle uruguayane. E che ha dato i suoi frutti. Grazie soprattutto all'abnegazione e preparazione dei docenti - la maggior parte venuta dall'Italia e che risponde ai nomi di Daniele Mastrogiacomo, Vincenzo di Vincenzo, Mariano Benni, Marco Ferrari, Alfonso Ruffo, Enzo Ghionni, Massimo Magliaro... Ma la vera grande partecipazione l'hanno data i ragazzi. Tutti. Bene, alcuni di loro sono stati assunti in questo giornale, altri lo saranno a breve, altri ancora hanno già "sfondato" nel Paese, e sono richiesti da istituzioni pubbliche e private. Professionalità, corso professionale di comunicazione perché diano nozioni ed esempi ai giovani. Perché soltanto a queste condizioni riusciremo ad attivare quel processo virtuoso capace di contribuire a quella rivoluzione culturale già in atto e che si esplicita nella 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.

Francesco Siddi ha contribuito alla nascita di associazioni di giornalisti italiani all'estero

Francesco Angelo (Franco) Siddi, 57 anni, giornalista professionista dal 1983 (precedentemente pubblicista dal 1976), Segretario Generale della Federazione Nazionale della Stampa Italiana dal 30 novembre 2007 dopo esserne stato Presidente del Consiglio Nazionale dal 24 novembre 2001 al 29 novembre 2007. Consigliere del Cgie dal luglio 2004, componente della Commissione Informazione, della quale da tre anni ne è il presidente. Membro della Commissione Diritti Contrattuali dei giornalisti della Federazione dei Giornalisti Europei (EFJ), ed è coordinatore di categoria nell'area del Mediterraneo. Come presidente della Fnsi ha contribuito, anche in raccordo con la Fusie, alla nascita di associazioni di giornalisti italiani all'estero in Francia, Germania, Gran Bretagna. Iniziative simili sono allo studio per il Brasile, l'Argentina, la Croazia, il Belgio... Sul piano sociale, prima di essere assunto come giornalista professionista dal Gruppo Finregil-Repubblica, si è occupato di associazionismo culturale e sportivo di base e ha collaborato a lungo con l'Associazionismo dell'Emigrazione Sarda. Per conto della Regione Sardegna fece parte della Commissione consultiva per la promozione della cittadinanza europea a sostegno dei sardi all'estero tra il 1984 e il 1989. Nel 1979, inoltre, fu tra i comunicatori designati dalla Regione Sardegna per illustrare, presso i circoli dei sardi emigrati in Europa, il significato e l'importanza della partecipazione alla prima elezione generale del Parlamento Europeo.



Laurea in Scienze della Comunicazione, si occupa di politiche editoriali e di informazione. È più volte intervenuto sui temi delle necessarie riforme del servizio pubblico, anche con riferimento ad una riqualificazione di Rai International. E in sedi associative e istituzionali ha posto con forza l'esigenza di potenziare riqualificandolo, il sostegno pubblico per il pluralismo dell'informazione tenendo in primo piano il tema dell'Italia e degli italiani nel Mondo. Per tale obiettivo ha svolto diversi interventi sul tema degli interventi pubblici per la promozione, qualificazione e diffusione della stampa italiana all'estero, una questione sollevata anche in occasione dei dibattiti sulla legge finanziaria. È Commendatore al Merito della Repubblica Italiana (2 giugno 2007).