

## Italiani nel mondo

# INTERVENTI/ RUOLO DELL'INFORMAZIONE E GLI ITALIANI ALL'ESTERO - DI FRANCO SANTELLOCCO

L'informazione è un concetto astratto, che viene comunemente identificato con il significato di un messaggio, messaggio tuttavia che ha il solo compito di convogliare e rappresentare l'informazione. Nella Teoria dell'Informazione si intende per informazione tutto ciò che contribuisce ad eliminare incertezza. Paradossalmente, se una sorgente di messaggi invia senza scelta e ripetutamente un solo simbolo, la quantità di informazione ricevuta a destinazione è nulla, poiché non vi è alcuna incertezza nel prevedere un simbolo ed il successivo. L'assenza di differenze tra simboli, e quindi l'assenza di una struttura, determina l'assenza di informazione.

È un concetto ben noto ed accuratamente sfruttato da ogni struttura di tipo monolitico per inondare di messaggi i propri soggetti senza tuttavia dare loro informazione. Non vi è dunque informazione senza libertà, non vi è informazione senza discernimento, non vi è informazione senza desiderio di differenziare le fonti, non vi è informazione senza conflitto. Quali informazioni devono essere offerte al pubblico? Non vi è dubbio che la risposta non può essere che una sola: tutte, seguendo con professionalità i criteri fissati da attualità reale, utilità sociale, autonomia della selezione.

Anche la moda, anche lo spettacolo, anche il gossip possono entrare a pieno diritto nell'informazione, a condizione che siano raccontati, analizzati, illustrati, perfino esibiti, ma sempre con un punto di vista critico, di chi vi ricerchi un senso e non un pretesto di immagine. Un'informazione corretta e completa deve poter parlare al pubblico nella sua interezza, deve essere adattata allo sviluppo del sistema multimediale, alla liberalizzazione delle opportunità di espressione, alla trasparenza dei linguaggi, ed utilizzata come antidoto ai rischi di prevaricazione di forme di monopolio sempre incombenti.

Essa deve sapersi adattare ai nuovi processi di moltiplicazioni delle piattaforme e non rimanere subalterna sul decisivo mercato dell'informazione multimediale. L'informazione allo stato puro consiste nel sapere che cosa è successo. Ma il vero valore aggiunto è saper interpretare, capire gli avvenimenti. Una notizia è infatti asettica: analizzarla, individuare le motivazioni che hanno determinato gli eventi, consente di collocare l'accaduto nell'appropriata cornice temporale e culturale.

In definitiva dare informazione è educare. Ed è questo difficile compito che i professionisti dell'informazione debbono assolvere in particolare nei confronti degli Italiani all'estero. Non si può essere soddisfatti, ad esempio, delle percentuali di partecipazioni al voto politico per corrispondenza delle passate elezioni legislative. È necessario uno sforzo per informare e soprattutto coinvolgere le comunità dei connazionali all'estero.

Mentre cercavo qualche spunto per questa mia relazione mi sono imbattuto su una agenzia del 9 dicembre 1997 dal significativo titolo "Quale informazione per gli italiani all'estero" dal contenuto attualissimo poiché esprime insoddisfazione per la qualità dell'informazione ricevuta e per la mancanza di quella di ritorno. Non sembra quindi che la situazione abbia conseguito significativi miglioramenti da dieci anni a questa parte, qualsiasi sia il governo in carica. E le più recenti dichiarazioni del Vice Ministro Danieli non lasciano sperare in solleciti provvedimenti migliorativi.

Appare quindi indispensabile rivedere l'intera struttura dell'informazione per i nostri connazionali, individuare gli strumenti più idonei in ciascuna area geografica, assicurare le risorse per fornire un prodotto accessibile ed attraente; analizzando anche l'evoluzione del linguaggio, dalle missive di inizio Novecento all'era di Internet, individuando le mille sfaccettature della comunicazione, l'evoluzione degli strumenti e le trasformazioni del linguaggio.

È significativa la circostanza che nell'incontro fra il CGIE ed i giovani di ieri non sia stata evocata in alcun modo l'influenza esercitata da RAI International né l'eventuale esigenza di un suo miglioramento, quasi che essa non esistesse. Sorge quindi il dubbio che la rete non abbia alcun impatto sugli Italiani di seconda e terza generazione per la diffusione della lingua e della cultura, dell'informazione e dell'intrattenimento.

Sembra giunto il momento di riflettere a forme diverse di comunicazione satellitare prima di continuare a mantenere in vita un carrozzone capace soltanto di disperdere risorse senza evidente beneficio per le giovani generazioni. Le Regioni stanno rivelando una particolare vitalità nell'informazione mirata verso i propri corregionali all'estero con una vasta gamma di pubblicazioni di tipo giornalistico con cui tentano di ristabilire e di mantenere vivo un rapporto che nel tempo sembrava deteriorarsi, ma soprattutto, ed è il ruolo più convincente e meritorio, risvegliano la coscienza e l'interesse dei più giovani verso la terra di origine, non più vista soltanto attraverso la lente di un nostalgico ricordo degli anziani, ma come sorgente culturale, terra di lavoro e produzione, occasione per lo sviluppo di nuovi rapporti imprenditoriali ed economici.

Pian piano si sta imparando ad utilizzare il web come primo strumento di informazione: mentre altri media come la Tv e la radio hanno comunque orari predefiniti per la diffusione delle notizie, il web non ha

problemi di palinsesto, e può offrire notizie in tempo reale. Ed è proprio mentre Internet si afferma come il più globale dei media, che riaffiora prepotentemente la voglia di informazione locale.

È in questo contesto che si sta facendo strada il fenomeno dei quotidiani telematici locali, pronti a colmare questa lacuna. Si tratta di prodotti editoriali che, anche se germogliati in luoghi diversi e con identità proprie, presentano delle caratteristiche comuni: vengono pubblicati esclusivamente on line, si occupano di informazione a livello locale (città, regioni, a volte circuiti interregionali) e spesso hanno l'aspetto di veri e propri portali tematici. Molte Regioni hanno individuato con prontezza la grande potenzialità dell'informazione on line ed hanno sostenuto finanziariamente l'editoria telematica, rendendo così la divulgazione delle notizie indipendente da orari e palinsesti, mettendo in luce una grande intuizione: gli utenti di Internet cercano non solo l'informazione, ma anche i servizi.

Con facilità e semplicità si ricostruisce un rapporto fecondo di sviluppo fra Regione e mondo della emigrazione, creando un centro di interesse diretto verso le nuove generazioni. C'è sempre più l'esigenza di un modo diverso di relazionarsi con le nostre Comunità in quanto non sempre si ha nitido il quadro delle situazioni, a volte le valutazioni sono condizionate dal retaggio di analisi ed assunti superati dall'attualità. Dunque l'esigenza di una lettura fedele ed attendibile di ciò che sono oggi, nelle singole specificità – culturali, sociali e d'impresa – le nostre Comunità regionali, Comunità che hanno saputo mettere a frutto, lo dicevamo, notevoli capacità di lavoro, d'impresa, di iniziativa. Dunque l'impellenza di dare ampio ed adeguato spazio anche all'informazione di ritorno, valorizzando i giornalisti italici all'estero. L'imprenditoria di origine italiana ha saputo sviluppare iniziative di notevole impatto sul contesto locale: l'informazione può consentirle di allargare gli orizzonti, non solo costruendo un ponte con l'imprenditoria nazionale, ma creando fruttuosi collegamenti a più poli anche fra le imprese che si sono sviluppate nei vari Paesi di accoglienza. Creare sinergie, facilitare la reciproca conoscenza, orientare le forme di cooperazione possibili per un rilancio suscettibile di grande potenzialità economica sia per la Madrepatria che per le imprese create dall'iniziativa dei connazionali nel mondo della emigrazione è un obiettivo che riveste un interesse primario.

Informazione ed ancora informazione, inondare di messaggi il variegato mondo della emigrazione italiana affinché le due Italie finalmente si conoscano e si riconoscano in una rinnovata empatia culturale, politica, economica, linguistica.

**(franco santellocco\* \aise)**

**\* *Presidente V Commissione Cgie***

**Fonte: *Asie***

**Data: *5 dicembre 2006***