



## Talk-show multimediale

27.10.2008 12:10:07

In una magnifica mattinata dttobre, quando Roma è così bella, quando è bella, mi avvio con curiosità al *SeminarioTalk-show multimediale* organizzato da Think-Tank NIP e dal gruppo parlamentare PdL, degli eletti nella circoscrizione estero. (*E non sulla circoscrizione estero! ndr.*).

Vado un po' perplesso perché giungono da tutte le parti, le notizie sugli aiuti alle banche, sugli aiuti alle aziende, sugli aiuti all'Alitalia. Stiamo per diventare un paese misericordioso ed il titolo *Provvidenze alla informazione italiana all'estero* mi preoccupa non poco.

Seguo con attenzione la lucida analisi di Fernando Bruni (della *Autorità per le garanzie alla comunicazione*) che condanna i criteri e l'esecuzione delle cosiddette *provvidenze*.

Mi convince l'appassionato intervento di Mario Montanari, che denuncia i metodi che danno luogo a furbizie e sprechi. Mi faccio spiegare a quanto ammontano queste provvidenze e non riesco a frenare una battuta: *"E mi avete chiamato per così poco? Ieri il Ministro dell'Agricoltura ha annunciato che darà 50 milioni di euro al Grana Padano e che distribuirà le trecentomila forme agli indigenti, mettendole in conto ai 129 milioni che l'Unione Europea ha stanziato per gli indigenti italiani, e voi state parlando di pochi spiccioli. Vi converrebbe iscrivervi alle liste degli indigenti!*

La battuta, benché spiritosa, non ha molto successo. Gli addetti ai lavori non amano scherzare sulle loro difficoltà e vogliono dimostrare una seria conoscenza del problema. Infatti la relazione del Presidente Zacchera parla seriamente della necessità di una nuova legge con principi certi ed applicazioni rigorose.

Montanari, valoroso direttore del *Corriere Italiano* in Germania, che ho incontrato a Darmstadt mentre faceva il moderatore al Congresso dei Ristoratori Italiani, indica un problema molto importante. E non si tratta di denaro, ma si tratta di uscire dalla cultura assistenziale del contributo e di entrare decisamente nella cultura del servizio utile ed efficiente. Non dobbiamo chiederci come possiamo aiutare tutte le iniziative delle comunicazioni più disparate, ma piuttosto di rendere un servizio efficace per tutte le comunicazioni fra il nostro Paese e la nostra comunità all'estero.

A questo punto mi viene in mente Bassetti ed il suo grande sforzo per capire e per cercare di definire chi sono gli italiani all'estero. Sono solo i cittadini italiani? O sono tutti i provenienti dall'Italia che parlano italiano? O sono le terze generazioni che portano il nome italiano, ma non parlano e non leggono l'italiano? O sono tutti quelli che amano l'Italia? Insegneremo l'italiano con la comunicazione o comunicheremo in inglese ed in spagnolo il privilegio di essere italiani nel cuore? Grande Bassetti!

La relazione di Padre Segafredo, mi aggiunge dubbio a dubbio perché il direttore del *Messaggero di San Antonio*, settimanale italiano molto diffuso all'estero, si domanda arditamente: *"Di che cosa hanno bisogno gli italiani all'estero? Di che cosa hanno bisogno coloro che si dedicano ad informarli ed a ricevere le informazioni? Hanno bisogno di contributi o hanno bisogno di tecnologia e di imprese capaci di usarla e di stare sul mercato? E quale è il target, direbbero i moderni comunicatori, di questa comunità così composita e mutevole?"*.

Padre Segafredo invoca una crescita culturale: chi siamo noi e chi sono i nostri ascoltatori?. E indica come protagonisti della comunicazione i nuovi grandi strumenti *internet*, *il web*, i *blogs*. Ed io mi domando: quanti satelliti abbiamo per comunicare con loro?

Cito letteralmente. "Anche l'accesso alle informazioni si muove con le stesse dinamiche: *newsletter* prima, *feed RSS poi*, motori di ricerca estremamente veloci ed efficaci consentono di essere informati in tempo reale e su tutto quello che ci interessa. Questo già è passato, il presente incalza con novità continue: bisogna offrire nuovi servizi con tutte le novità disponibili. Non basta più la semplice gestione dell'abbonamento e delle campagne marketing si deve passare al *CRM*, con un adeguato *contact-center* che consenta di colloquiare in tempo reale tramite la modalità scelta dall'interlocutore". Così Padre Segafredo ci apre la porta al futuro, facendo diventare ridicoli i contributini ai giornalini.

Non dovete sorprendervi, Sant'Antonio era il più grande comunicatore della sua epoca. San Francesco aveva le idee e Sant'Antonio le sapeva comunicare. Se dovessi riassumere in un concetto la grande novità di questo seminario direi esattamente così: "Non servono contributi, ma servono progetti!"

Mi permetto di dare un'occhiata alle testate, alle denominazioni degli utenti, di queste provvidenze. E vedo l'immagine di una comunità dispersa, divisa e polverizzata, dove emergono le aggregazioni regionali, le aggregazioni addirittura paesane, l'emergere di curiosità antiquarie e di imitazioni lontane della stampa italiana di ieri, che era già vecchia in Italia. Non bisogna disprezzare tutto questo. C'è tanto amore e tanto lavoro italiano. Ma non basta più.

Non mi scandalizzo. Non c'è intesa persino fra i vari Enti ed i vari Istituti che in Italia sono preposti alla comunicazione. Tremaglia fece una Commissione per cercare di definire l'informazione comunicata e l'informazione di ritorno. Non ebbe successo e non per colpa sua.

D'altra parte quale volontà c'è di dare una voce all'Italia ed una possibilità di dialogo agli italiani all'estero nei progetti diversi, ma non incompatibili, della Dante Alighieri, degli Istituti di Cultura Italiani, delle Regioni, dei Comuni, dei Consolati, dell'Ice e della Rai, delle grandi Agenzie di stampa. Hanno tutti finanziamenti e convenzioni per comunicare qualcosa ma dove è il camale efficiente che fornisca i media italiani all'estero servizi, foto, notizie, filmati, spettacoli, eventi culturali, analisi economiche, notizie di produzione e di prodotti e per ultimo, ma non ultima, pubblicità, tanta, utile, giusta, feconda pubblicità.

E di ritorno, chi di questi Enti ed Istituti ascolta le lamentele e le proposte delle Associazioni, dei Patronati, dei Comites e perfino dei parlamentari?

La stessa importante novità della istituzionalizzazione della diaspora italiana attraverso una sua rappresentanza parlamentare ha portato ad avere un programma comune o nuove divisioni?

Le prospettive che ci indica l'On. Marco Zacchera, presidente del Comitato Italiani all'Estero della Camera dei Deputati, non sono incoraggianti. Si paventano ulteriori tagli ed i parlamentari partecipanti all'ultima riunione del Comitato erano solo tre.

Tuttavia dobbiamo lodare il coraggio di Think-Tank. Mettere assieme tante voci diverse non poteva non mettere alla luce un panorama di gravi difficoltà su cui grava l'orizzonte piuttosto cupo della situazione economica internazionale. Ma il tentativo è servito anche a constatare che una voce univoca c'è stata: tutti, quali che fossero le loro speranze ed i loro interessi, hanno tenuto a dire che il sistema usato finora appartiene al passato e non può funzionare. Che il sistema del futuro non può che essere un grande progetto. Ed un grande progetto non può che puntare ai grandi nuovi strumenti di comunicazione e di partecipazione. Oso dire che accorgersi che la *comunicazione* è soprattutto *partecipazione* è il frutto più brillante e promettente di questo Seminario.

Ed un risultato è stato raggiunto. Non miseri contributi per i furbetti, ma grandi servizi moderni per i veri professionisti e per le vere imprese della comunicazione

Certo, il Grana Padano, per comunicare alle aziende italiane quali erano i ristoranti italiani in America ha scelto di usare la Zagat (pagandola con buoni soldini destinati agli indigenti).

La Zagat è una guida americana costruita sulla base delle segnalazioni dei clienti. Chi può dubitare che gli italiani non siano degli originali!