

201

STUDI EMIGRAZIONE

International Journal of Migration Studies



Rivista trimestrale della
Fondazione
CENTRO STUDI EMIGRAZIONE

IL DIRITTO A NON EMIGRARE

*Atti della Summer School "Mobilità umana e giustizia globale"
VI edizione*

A CURA DI LAURA ZANFRINI

ZANFRINI Introduzione / **ASIS** How Institutions in Origin Countries in Southeast Asia Shape International Labor Migration / **ALARCÓN** La política de emigración de Mexico y la promoción del empleo en el exterior para los mexicanos / **BAGGIO** Brain drain, brain gain e brain circulation: il caso dell'India / **AGYEMAN** Brain for Industries in the Global North: The Role of Educational Institutions in Ghana as a Migrant Sending Country / **VALTOLINA** Tra rischio e tutela. I minori stranieri non accompagnati / **BENTOGGIO** Il Magistero della Chiesa sulle migrazioni: il diritto a non emigrare / **PEREGO** Il diritto di migrare e il diritto di rimanere nella propria terra, tra dottrina e prassi ecclesiale

BALSAS Il diritto all'informazione e alla comunicazione dei cittadini italiani in Argentina: il caso della Rai / **CINGOLANI** "Il paese delle ciambelle". Un secolo e mezzo di pratiche e immagini della mobilità in Romania / **PELLEGRINI** Le biblioteche specchio della multiculturalità

STUDI EMIGRAZIONE

**Rivista trimestrale di ricerca, studio
e dibattito sul fenomeno migratorio**

*A Peer Reviewed Academic Journal on
International Migration*

Autorizzazione del Tribunale di Roma, 26
febbraio 1964, n. 9677

Iscrizione al Registro Nazionale della Stam-
pa, 8 ottobre 1982, n. 00389

Numero iscrizione nel R.O.C.: 6533



Associato all'USPI -
Unione Stampa Periodica Italiana

Direttore responsabile: René Manenti

Comitato editoriale: Matteo Sanfilippo (co-
ordinatore), Laura Camerini, Carola Perillo,
Aldo Skoda.

Comitato scientifico: Graziano Battistella,
Anna Maria Birindelli, Paolo Bonetti, Corra-
do Bonifazi, Raimondo Cagiano de Azevedo,
Claudio Calvaruso, Renato Cavallaro,
Vincenzo Cesareo, Antonino Colajanni, Mar-
cello Colantoni, Paola Corti, Tullio De Mau-
ro, Giuseppe De Rita, Fernando Devoto,
Emilio Franzina, Salvatore Geraci, Antonio
Golini, Graeme Hugo, Russel King, France-
sco Lazzari, Maria Immacolata Macioti, Lelio
Marmora, Marco Martiniello, Antonio Messia,
Italo Musillo, Bruno Nascimbene, Desmond
O'Connor, Antonio Paganoni, Gaetano Pa-
rolin, Franco Pittau, Enrico Pugliese, Mauro
Reginato, M. Beatriz Rocha-Trindade, Franco
Salvatori, Salvatore Strozza, Francesco Susi,
Luciano Trincia, Massimo Vedovelli, Stefano
Zamagni, Laura Zanfrini.

Direzione: Via Dandolo 58 - 00153 Roma
Tel. 06.58.09.764 - Fax 06.58.14.651

E-mail: studiemigrazione@cser.it

Web site: www.cser.it

STUDI EMIGRAZIONE

International Journal of Migration Studies

CENTRO STUDI EMIGRAZIONE

ANNO LIII – GENNAIO-MARZO 2016 – N. 201

SOMMARIO

IL DIRITTO A NON EMIGRARE

*Atti della Summer School "Mobilità umana e giustizia globale"
VI edizione*

A CURA DI LAURA ZANFRINI

- 3 – Introduzione. Il diritto a non emigrare
LAURA ZANFRINI
- 13 – How Institutions in Origin Countries in Southeast Asia Shape International Labor Migration
MARUJA M.B. ASIS
- 27 – La política de emigración de Mexico y la promoción del empleo en el exterior para los mexicanos
RAFAEL ALARCÓN
- 45 – Brain drain, brain gain e brain circulation: il caso dell'India
FABIO BAGGIO
- 65 – Brain for Industries in the Global North: The Role of Educational Institutions in Ghana as a Migrant Sending Country
EDMOND AGYEMAN

-
- 81 – Tra rischio e tutela. I minori stranieri non accompagnati
GIOVANNI GIULIO VALTOLINA
- 97 – Il Magistero della Chiesa sulle migrazioni: il diritto a non emigrare
GABRIELE BENTOGGIO
- 107 – Il diritto di migrare e il diritto di rimanere nella propria terra, tra dottrina e prassi ecclesiale. Appunti per un percorso di approfondimento
GIANCARLO PEREGO

Altri articoli

- 117 – Il diritto all'informazione e alla comunicazione dei cittadini italiani in Argentina: il caso della Rai
MARÍA SOLEDAD BALSAS
- 135 – “Il paese delle ciambelle”. Un secolo e mezzo di pratiche e immagini della mobilità in Romania
PIETRO CINGOLANI
- 151 – Le biblioteche specchio della multiculturalità
CATERINA PELLEGRINI
- 167 – Recensioni
- 173 – Segnalazioni

Il diritto all'informazione e alla comunicazione dei cittadini italiani in Argentina: il caso della Rai

MARÍA SOLEDAD BALSAS

msbalsas@conicet.gov.ar

*Instituto Multidisciplinario de Historia y Ciencias Humanas,
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas*

The right to information and communication has traditionally been considered one of the pillars of citizenship as well as of the democratic system. However, in the specific case of external citizenship its role is not so evident. The goal pursued in the context of this article is twofold: first, to discuss its implications for the representation and participation of external citizens and, second, to provide useful insights to guarantee its full implementation. To this end, the results of an ongoing research project on Italian public broadcasting reception in Argentina will be referred to.

Parole chiave: Italia, Argentina, emigrazione, telecomunicazioni

Premessa

Il presupposto secondo il quale soltanto attraverso un'informazione corretta e completa il/la cittadino/a può concorrere alla vita sociale, politica e culturale del paese è ormai ritenuto pietra angolare del regime democratico¹. Il diritto all'informazione e alla comunicazione, secondo il quale

ogni individuo ha diritto alla libertà di opinione e di espressione incluso il diritto di non essere molestato per la propria opinione e quello di cercare, ricevere e diffondere informazioni e idee attraverso ogni mezzo e senza riguardo a frontiere,

¹ Giuseppe Corasaniti, «Libertà di informazione e diritto all'informazione», in *Diritto e deontologia dell'informazione*, CEDAM, Padova 2006, pp. 1-23.

è stato riconosciuto dall'articolo 19 della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani. Nell'ordinamento italiano, viene tutelato tramite l'articolo 21 della Costituzione, che garantisce a «tutti» il «diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione». Tuttavia, il ruolo che il diritto all'informazione e alla comunicazione svolge nelle possibilità effettive di esercizio della cittadinanza esterna risulta molto meno palese.

Questo si evince, per esempio, nel ruolo marginale assegnato ai mezzi di comunicazione di massa per i migranti italiani all'estero. Nonostante il diritto al voto nelle elezioni politiche sia stato riconosciuto ai/alle residenti oltre confine – a condizione di tornare a votare in patria, l'informazione – soprattutto a uso politico – è stata spesso sottovalutata. I programmi radiotelevisivi a loro rivolti si sono concentrati perlopiù sull'intrattenimento, specialmente sulla musica, sullo sport e sulla pubblicità². Nell'ambito dell'entrata in vigore della legge 459/2001, che consente ai/alle cittadini/e regolarmente iscritti all'Anagrafe degli Italiani Residenti all'Estero (AIRE) di votare per corrispondenza, il diritto all'informazione e alla comunicazione viene confrontato da realtà culturali, linguistiche e sociali diverse che richiamano la sfida di garantire in condizioni di eguaglianza i diritti dei/alle propri/e cittadini/e ovunque risiedano. Secondo García Canclini³, l'essere cittadini/e non ha soltanto a che vedere con i diritti riconosciuti dagli organi statati a coloro che sono nati/e in determinato territorio, ma piuttosto con le politiche sociali e culturali che costruiscono sensi di appartenenza. Nell'odierno panorama mondiale, alla visione socio-spaziale classica dell'identità, territorialmente circoscritta, va aggiunta la dimensione socio-comunicazionale, che richiede l'attuazione di strategie riguardanti scenari informativi e comunicazionali all'interno di cui vengono configurate oggi giorno le identità.

Quello degli/delle italiani/e in Argentina costituisce un caso privilegiato per analizzare queste dinamiche non soltanto perché rappresentano il gruppo di italiani/e residenti all'estero più numeroso con 754.371 iscritti/e all'AIRE⁴, ma anche per la presenza minoritaria degli/delle italiani/e madrelingua all'interno del gruppo. Essa risulta interessante per conoscere meglio il ruolo svolto dalle barriere linguistiche per la garanzia del diritto all'informazione e alla comunicazione.

² Francesca Anania, «Cinegiornali, radio, televisione. La rappresentazione dell'emigrazione italiana», in Piero Bevilacqua, Andreina De Clementi ed Emilio Franzina, a cura di, *Storia dell'emigrazione italiana*, Donzelli, Roma 2009, pp. 515-535.

³ Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, Mexico 1995.

⁴ Fondazione Migrantes, «Allegati socio-statistici e bibliografici», in *Rapporto Italiani nel Mondo*, Tau Editrice, Roma 2015, pp. 441-481.

L'alta partecipazione dei/delle cittadini/e italiani/e in Argentina registrata durante le elezioni italiane del 2006 e del 2008, da un lato, e la bassa affluenza alle urne e il gran numero di voti non validi e le schede bianche registrati nelle elezioni legislative del 2013, dall'altro, suggeriscono che il coinvolgimento civico della diaspora col paese d'origine sia un fenomeno complesso, che non sembra scollegato dalla crisi di rappresentazione che attraversa la democrazia italiana.

Tabella 1. Evoluzione dell'affluenza degli elettori residenti in Argentina

| 2006 | | 2008 | | 2013 | |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Camera | Senato | Camera | Senato | Camera | Senato |
| 50,59 | 50,61 | 56,94 | 57,87 | 34,44 | 33,44 |

Fonte: Elaborazione propria su dati del Ministero dell'Interno, Servizi Elettorali⁵

In base ai precedenti politico-legislativi e di ricerca, la situazione descritta sarebbe favorita dall'attuazione di politiche televisive che, anziché contribuire alla costituzione di una base informativa solida, necessaria per il consolidamento di una cittadinanza esterna attiva, inibirebbe il suo coinvolgimento civico e politico, specialmente delle donne, con evidenti ricadute sulla loro rappresentazione nel Parlamento italiano. Nonostante l'Argentina sia il paese con il maggior numero di italiane ivi residenti⁶ e uno dei pochi al mondo in cui il loro ammontare supera quello dei maschi⁷, nella seppur breve storia del voto italiano dall'estero sono state elette solo 3 donne (18,75 per cento) nella ripartizione "America Meridionale", di cui 2 deputate e 1 senatrice residente in Argentina. Nelle elezioni politiche 2013, sono state candidate 14 donne (18,66 per cento), di cui circa metà dall'Argentina, contro 61 uomini (81,33 per cento) nella stessa ripartizione, essendo eletta soltanto una deputata residente in Brasile. Risulta inoltre significativo che fra le 7 liste presentate nel 2013 nella suddetta ripartizione, ben 4 – Movimento Associativo Italiani all'Estero (MAIE), Partito Democratico (PD), Italiani per la libertà e Unione Sudamericana Emigrati Italiani (USEI) – non includono candidate al Senato. Nelle liste del Movimento 5 Stelle non vi sono donne né alla Camera né al Senato.

⁵ Ministero dell'Interno, Servizi Elettorali, <http://elezionistorico.interno.it> (7 marzo 2014).

⁶ Carlotta Venturi, «Anziani, minori e donne: una riflessione socio-statistica», in Fondazione Migrantes, a cura di, *Rapporto Italiani nel Mondo*, Roma, Tau Editrice 2014, pp. 25-35.

⁷ C. Mancosu, «L'immigrazione italiana in Argentina», in Caritas Migrantes, a cura di, *America latina-Italia, vecchi e nuovi migranti*, pp. 83-91.

Anche se l'esposizione alle informazioni di uso pubblico non porta di per sé alla partecipazione politica, rappresenta un requisito necessario per il coinvolgimento civico all'interno di cui può emergere quello politico⁸. Sebbene il web abbia assunto un'importanza progressiva nella politica oltre confine⁹, si ritiene che la televisione resti in posizione strategica rispetto ad altri mezzi nella formazione dell'opinione pubblica, che nel caso delle/i cittadine/i esterne/i sarebbe ribadita dalla relativa riduzione delle fonti di informazione a loro disposizione. Come scrive Bourdieu¹⁰, la televisione ha la potenzialità per divenire uno strumento di democrazia diretta, se non si converte in uno strumento di oppressione simbolica in quanto si occultano le informazioni pertinenti che il cittadino dovrebbe possedere per esercitare i propri diritti democratici. Se si considera poi che nessun'altra istituzione mediatica, come esemplifica il caso italiano¹¹, si è dimostrata così centrale per la costituzione di un'identità nazionale, interessa analizzare le forme che assume la scissione dell'omogeneo pubblico televisivo nazionale in piccole, linguisticamente e culturalmente diverse nicchie che possono esistere a livello locale, regionale, transnazionale e/o globale. Nonostante la consapevolezza che la politica in televisione non passi dagli appositi contenitori ma dall'intera programmazione, sono di particolare interesse in questa sede i programmi nei quali si mettono a confronto in forma dialettica le varie opinioni sui diversi temi oggetto di dibattito politico¹².

Precedenti

Politico-legislativi

Nell'ambito delle note informative sulla qualità dei programmi per l'estero previste dalle convenzioni stipulate fra la Presidenza del Consiglio dei Ministri e la concessionaria pubblica, si avverte una diffusa

⁸ Peter Dahlgren, *Media and political engagement. Citizens, communication and democracy*, Cambridge University Press, New York 2009.

⁹ Patrizia Laurano, «L'altra Italia: analisi dei siti dei candidati per gli italiani all'estero», in Michele Prospero e Christian Ruggiero, a cura di, *Le parole della politica. Protagonisti, linguaggi e narrazioni nell'Italia del 2008*, Scriptaweb, Napoli 2010, pp. 263-290.

¹⁰ Pierre Bourdieu, *Sulla televisione*, Feltrinelli, Milano 1997, p. 18.

¹¹ Aldo Grasso e Massimo Scaglioni, «50 anni di TV: l'identità italiana attraverso lo schermo», *Vita e pensiero*, 2003, LXXXVI (6), pp. 84-95.

¹² Paolo Caretti, *Diritto dell'informazione e della comunicazione. Stampa, radiotelevisione, telecomunicazioni, teatro e cinema*, Il Mulino, Bologna 2013, p. 159.

insoddisfazione nei confronti dei canali internazionali della Rai¹³. Essa è stata riferita in sede parlamentare in occasione dell'audizione del suo Amministratore Unico e Direttore generale durante la XIII Legislatura. Allora Massimo Magliaro dichiarò: «il politichese agli italiani all'estero interessa fino ad un certo punto, certamente non tanto quanto spesso viene raccontato»¹⁴. Seguendo Tarantino¹⁵, nel caso specifico degli/delle italiani/e in Argentina queste vedute non troverebbero riscontro: l'alto livello di organizzazione e mobilitazione raggiunti ha favorito gran parte delle richieste dal basso in tema di voto e rappresentanza e, di conseguenza, la loro massiccia partecipazione alle prime esperienze di voto in Italia¹⁶. A questo scopo, «l'associazionismo ha svolto un ruolo di primo piano, soprattutto in termini di diffusione dell'informazione politica e di lobbying».¹⁷ Nel contesto dell'indagine conoscitiva sulle misure da predisporre per lo svolgimento delle campagne elettorali e l'esercizio del diritto di voto nella circoscrizione estero, lo stesso Magliaro riconobbe però che debba essere Rai International ad occuparsi delle tribune elettorali per l'estero¹⁸.

Nel 2008, l'attuazione di un'offerta televisiva più in linea con i bisogni informativi degli/delle italiani/e residenti all'estero è stata richiesta dal gruppo sull'informazione e la comunicazione della Prima Conferenza dei Giovani Italiani nel Mondo, tenutasi a Roma:

«chiediamo [...] che sia possibile attivare un contatto diretto e continuativo con la RAI dedicata agli italiani all'estero per poter partecipare [...] alla creazione di palinsesti più vicini alle esigenze di informazione e di conoscenza delle comunità italiane nel mondo»¹⁹.

¹³ Chiara Di Marco, *L'Italia vista dal mondo. Indagine sulla tv per gli italiani all'estero*, tesi di Laurea Specialistica in Editoria, Comunicazione Multimediale e Giornalismo, Università degli Studi di Roma "La Sapienza", 2007.

¹⁴ XIII Legislatura, Commissione Parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, resoconto stenografico, 9 novembre 2000, p. 9.

¹⁵ Francesco Tarantino, «Rappresentanza e voto in America Meridionale», in Guido Tintori, a cura di, *Il voto degli altri. Rappresentanza e scelte elettorali degli italiani all'estero*, Rosenberg & Sellier, Torino 2012.

¹⁶ Secondo Occhipinti, nelle elezioni politiche del 2008, l'ufficio consolare di Buenos Aires ha raggiunto il 60,7% dei votanti, ben oltre la media della Circoscrizione Estero (40,28%). Nicola Occhipinti, «Il sostegno della rete consolare alle collettività all'estero: il caso di Buenos Aires», in Caritas Migrantes, a cura di, *America latina-Italia, vecchi e nuovi migranti*, Idos, Roma 2009, p. 33.

¹⁷ F. Tarantino, «Rappresentanza e voto in America Meridionale», p. 127.

¹⁸ XIV Legislatura, Senato della Repubblica, Commissione Affari Costituzionali, resoconto stenografico, 6 luglio 2004.

¹⁹ Documento Finale Gruppo Tematico Informazione e Comunicazione, Prima Conferenza dei Giovani Italiani nel Mondo, Ministero degli Affari Esteri, Roma, 8-12 dicembre 2008, p. 3.

Su un totale di 416 delegati/e, 57 giunsero dall'Argentina. Proposte simili sono state avanzate dal Movimento Associativo Italiani all'Estero (MAIE), che nel suo programma per le elezioni politiche 2013, incluse lo «sviluppo di una migliore e più moderna politica dell'informazione delle collettività residenti all'estero», impegnandosi a ripristinare «un canale televisivo dedicato, come Rai Internazionale, le cui trasmissioni rispondano alle reali esigenze informative delle collettività residenti all'estero, e che curi l'informazione di ritorno»²⁰.

Nel corso dell'audizione al direttore responsabile di Rai International, Piero Badaloni, il presidente del Comitato per le questioni degli italiani all'estero dichiarò: «avendo seguito alcuni programmi di Rai International in Argentina, penso che si possa fare di più»²¹. In particolare, le lamentele dei parlamentari riguardavano in quell'occasione l'informazione politica, che ben otto anni dopo l'entrata in vigore della legge che consente di votare dall'estero, continuava a ritenersi inadeguata. Durante la XVI Legislatura, l'allora direttore di Rai Internazionale, Daniele Renzoni, affermò:

«[i] programmi trasmessi sono selezionati utilizzando quale criterio [...] i dati di ascolto in Italia; infatti, ferme restando ovvie differenze per chi vive da lungo tempo fuori dall'Italia o non è neanche nato nel nostro paese, si presuppone un gradimento similare»²². Per quanto riguarda l'approfondimento politico aggiunse: «il metodo tutto italiano di fare audience, fatto di urla e di accavallarsi di voci, produce difficoltà anche nell'ascolto, dal momento che non tutti all'estero sono in grado di parlare un italiano perfetto»²³.

Su questa base, viene giustificata la scelta di dedicare la prima serata ai programmi di puro intrattenimento.

Da questo punto di vista, non sorprende che Maurizio Chiocchetti, già responsabile per gli italiani nel mondo del Partito Democratico, e Marco Zacchera, ex responsabile Esteri di Alleanza Nazionale-Popolo delle Libertà, si siano trovati concordi nella necessità di modificare la legge 459/2001 in base alla presunta contraddizione di fondo per cui si trovano a votare gli italiani da lungo tempo residenti all'estero ma che probabilmente, essendo già arrivati alla seconda e terza generazione, non hanno mai visto l'Italia o partecipato alla vita politica del paese,

²⁰ Programma elezioni politiche 2013, Movimento Associativo Italiani all'Estero, p. 5.

²¹ XVI Legislatura, Comitato per le questioni degli italiani all'estero, resoconto stenografico, 6 maggio 2009, p. 3.

²² XVI Legislatura, Comitato per le questioni degli italiani all'estero, resoconto stenografico, 29 giugno 2011, p. 5.

²³ *Ibid.*, p. 7.

mentre gli italiani temporaneamente residenti fuori dal nostro paese, che ben conoscono la realtà politica italiana e che rientreranno nella loro abituale residenza, non possono esercitare tale diritto²⁴.

Si tratta di un'interpretazione forse troppo ottimistica del coinvolgimento civico dei/delle cittadini/e interni/e e perlopiù negativa di quelli/e esterni/e. A questo riguardo, Sartori ricorda non solo che «la base di informazione del demos [non soltanto quello esterno] è di una povertà allarmante», ma anche che obiezioni simili furono presentate ogni qualvolta si cercò di estendere il suffragio²⁵. In merito, la prospettiva di genere può essere molto proficua. Per esempio, «i timori di coloro che pensavano che le donne, scarsamente alfabetizzate e prive di educazione politica, non sarebbero state capaci di votare», ostacolarono a lungo l'affermazione del suffragio universale in Italia, tra le ultime a sancirlo a livello europeo²⁶.

La ricerca

Stando ai risultati di un'indagine condotta da Chianese tra il novembre 2003 e il settembre 2005 nelle città di Buenos Aires e di Mar del Plata, tra gli/le italiani/e residenti in Argentina vi è una grande confusione sul voto in generale e sui referendum in particolare²⁷. Queste osservazioni vengono confermate da un migrante intervistato da Bernardotti: «un ragazzo vicino a me è venuto a bussarmi alla porta perché non capiva il referendum sulla “servitù di elettrodotta”. Ma che è la servitù di elettrodotta?, chiedeva il poverino»²⁸. Secondo Chianese, quelli/e più disinformati/e sono i/le giovani che non frequentano né il consolato né le associazioni italiane. Per le persone intervistate, che presentano un livello di scolarizzazione medio-alto, risulta scarsa la conoscenza della politica italiana, poco chiare le informazioni fornite e particolarmente problematico l'uso dell'italiano. La situazione descritta colpisce in modo particolare le donne tra i 26 e i 65 anni. Gli/le intervistati/e, che percepiscono di essere trattati come cittadini/e di “serie B”, si lamentano della qualità della programmazione di Rai International.

²⁴ P. Laurano, «L'altra Italia», p. 282.

²⁵ Giovanni Sartori, *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Laterza, Roma-Bari 2007, pp. 91-93.

²⁶ Mario Caciagli, «Il voto alle donne» in Marisa Ferrari Occhionero, *Dal diritto di voto alla cittadinanza piena*, Sapienza Università Editrice, Roma 2006, pp. 53-62.

²⁷ Alessandra Chianese, *L'altra Italia al voto. Il voto degli italiani all'estero nella percezione degli italiani in Argentina*, CEL, Gorle 2006, pp. 153.

²⁸ Adriana Bernardotti, «Emigrazione: i nuovi italiani d'Argentina», *Cambialmondo*, 20 giugno 2012, <http://cambialmondo.org/2012/06/20/i-nuovi-italiani-dargentina/>.

Durante le prime elezioni politiche dall'estero (2006), una ricerca di caratteristiche simili a quella del 2003 è stata riproposta. Questa volta il questionario è stato somministrato a un campione composto da cento persone nella sola città di Buenos Aires. Ancora una volta si è verificata l'ineadeguatezza delle informazioni: il 57,6% degli/delle intervistati/e riteneva che le comunicazioni fossero scarse e poco chiare. Tra quelli/e che considerano di conoscere la storia politica italiana prevalgono gli uomini, in particolare quelli tra i 36 e i 50 anni di età. Complessivamente, l'83,1% si è dichiarato interessato ad approfondire lo studio della politica italiana.

Più di recente, da un'analisi della programmazione di RaiItalia 1 tra il 27 febbraio e il 14 marzo 2014²⁹, momento che coincide con l'approvazione della riforma elettorale alla Camera, emerge che il palinsesto non include i contenuti di Rai Parlamento e le rubriche di approfondimento politico/informativo vanno in onda in seconda serata. Durante il periodo preso in considerazione, *Ballarò* è stato trasmesso alle 00:45 [ora argentina], *Porta a Porta* all'01:00 [ora argentina] e *Virus, il contagio delle idee* all'01:15 [ora argentina]. D'altronde, in *Community*, il programma dedicato agli italiani all'estero, le tematiche politiche non vengono generalmente affrontate. Nel campione preso in considerazione corrispondente a questo programma, i riferimenti economici si riducono alla promozione dei prodotti italiani all'estero, riscontrandosi una sovrapposizione tra una visione nostalgica, folcloristica e perfino strumentale dell'identità. Queste decisioni mettono in discussione l'impegno pubblico assunto da Rai International ad assicurare un adeguato livello di informazione delle comunità italiane all'estero sull'evoluzione della società italiana nonché consentire ai cittadini italiani residenti all'estero un adeguato accesso all'informazione e alla comunicazione politica, in particolare nei periodi interessati da campagne elettorali e referendarie, sulle tematiche di interesse generale e su quelle di interesse specifico³⁰.

Secondo Tintori, ogni intervento di disciplinamento «diventa difficile, se non impossibile, per l'evidente limite di sovranità territoriale»³¹. In questo contesto, è opportuno chiedersi quali siano queste difficoltà

²⁹ María Soledad Balsas, «Diritto all'informazione e cittadinanza esterna: il caso di RaiItalia 1 in Argentina», *Rivista dell'Istituto di Storia dell'Europa Mediterranea*, 12, 2014, pp. 215-235.

³⁰ Convenzione stipulata tra la Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per l'Informazione e l'editoria, la RAI – Radiotelevisione italiana S.p.a e Rai World S.p.a. per l'offerta televisiva e multimediale per l'estero, *Gazzetta ufficiale* n. 303, 28 dicembre 2013, p. 6.

³¹ Guido Tintori, «Il voto degli altri: un nuovo modello di cittadinanza per una realtà articolata» in *Il voto degli altri*, p. 199.

nel caso specifico della concessionaria pubblica e come si applichino alla trasmissione dall'Italia di contenuti interamente prodotti in Italia.

Basato sulle «stime e impressioni personali» dei funzionari delle strutture consolari italiane in Argentina, Tintori riferisce «un'assenza generalizzata di interesse verso l'Italia e l'italiano»³² tra i/le cittadini/e italiani/e «neo-riconosciuti/e». Queste percezioni si trovano, *prima facie*, in contrasto con i/le 24.000 alunni/e, tra cui sarebbero presumibilmente compresi/e i/le «pronipoti d'Italia», iscritti/e ai corsi di lingua italiana riconosciuti/e dal proprio console d'Italia a Buenos Aires dal 2004 al 2008³³. Le percezioni prima accennate sarebbero anche smentite dalle statistiche pubblicate dal Ministero degli Affari Esteri sulla promozione della lingua e della cultura italiane in Argentina.

Tabella 2. Corsi di lingua e cultura italiana in Argentina. Valori assoluti. Serie storica 2002-2013

| | 2002-2003 | 2003-2004 | 2004-2005 | 2005-2006 | 2006-2007 | 2007-2008 |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Corsi | 4.862 | 5.171 | 5.517 | 5.619 | 5.225 | 5.156 |
| Iscritti | 81.931 | 92.970 | 101.645 | 100.854 | 93.098 | 90.669 |
| | 2008-2009 | 2009-2010 | 2010-2011 | 2011-2012 | 2012-2013 | |
| Corsi | 4.777 | 4.572 | 4.237 | 3.269 | 2.445 | |
| Iscritti | 82.298 | 82.977 | 71.949 | 59.527 | 49.678 | |

Fonte: Elaborazione su dati Annuari Statistici 2004-2014, Ministero degli Affari Esteri.

Per capire il rapporto della diaspora in Argentina con la lingua italiana non si può prescindere dalla ridotta padronanza dell'italiano a favore dell'uso di dialetti tra i/le propri/e migranti, né dalla portata limitata delle scuole italiane *in loco* nell'ambito della massiccia politica di integrazione attuata dal sistema pubblico scolastico argentino che ha puntato storicamente sull'acquisizione esclusiva del castigliano³⁴. A seguito della *Resolución Ministerial* n. 1813 del 2 novembre 1988, nell'ambito dei

³² Guido Tintori, *Fardelli d'Italia?: conseguenze nazionali e transnazionali delle politiche di cittadinanza italiana*, Carocci, Roma 2009, p. 82.

³³ Nicola Occhipinti, *ibi*.

³⁴ Ángela Di Tullio, *Políticas lingüísticas e inmigración. El caso argentino*, Eudeba, Buenos Aires 2003.

migliorati rapporti diplomatici tra l'Italia e l'Argentina, divenne ancora possibile studiare l'italiano nelle scuole secondarie argentine che lo includono nella loro offerta formativa³⁵. Da allora «parlare italiano ha cominciato a diventare bello, utile, interessante»³⁶ fino a diventare «la seconda lingua più studiata dopo l'inglese»³⁷. Non prendere in considerazione tali elementi sarebbe come cercare di spiegare l'analfabetismo che colpì la società italiana, in particolare le donne, fino alla prima metà dello scorso secolo sulla base delle caratteristiche individuali dell'analfabeta³⁸.

Metodologia

La presente analisi è mirata ad analizzare la ricezione di RaiItalia 1 in Argentina nell'ambito del diritto all'informazione e alla comunicazione. Anche se vi è un forte consenso tra gli/le studiosi/e della comunicazione in merito all'insufficienza della mappatura dell'accesso e del consumo mediatici³⁹, nel contesto della presente ricerca è necessario utilizzare tale mappatura come primo approccio al problema. Che mezzi di comunicazione utilizzano gli/le italiani/e in Argentina per tenersi informati/e? Qual è il ruolo delle barriere linguistiche per l'accesso alle informazioni di uso pubblico? Vi sono differenze nei profili di consumo televisivo in termini di genere, luogo di nascita e tempo di residenza in Argentina? Come viene percepita la televisione (trans)nazionale dai/dalle telespettatori/trici diasporici/che? Come si posizionano i/le cittadini/e italiani/e residenti in Argentina tra gli spazi locali e (trans) nazionali a partire dai loro consumi televisivi?

Uno dei principali strumenti di raccolta dei dati è stato un questionario costituito da trenta domande – a scelta multipla, chiuse e aperte –, rivolto ai/alle cittadini/e italiani/e ed italo-argentini/e che abitano a Buenos Aires. Esso è stato somministrato tramite internet sia in italiano che in castigliano. Visto che uno degli obiettivi della ricerca è appunto quello di discutere il ruolo delle barriere linguistiche nell'accesso alle informazioni di uso pubblico, si è ritenuto indispensabile fornire le domande

³⁵ Massimo Vedovelli, «Argentina», in *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, a cura di Id., Carocci, Roma 2011, p. 323.

³⁶ Pellegrini citato da Vedovelli, «Argentina», p. 319.

³⁷ Patat citato da Vedovelli, *ibid.*, p. 323.

³⁸ Mark Hayward, *Global Italy: Media, Identity and the Future of the Nation-State*, tesi di Dottorato, Department of Communication Studies, University of North Carolina at Chapel Hill, 2008.

³⁹ Denise Cogo, María Gutiérrez e Amparo Huertas, *Migraciones transnacionales y medios de comunicación: relatos desde Porto Alegre y Barcelona*, Ediciones de la Catarata, Madrid 2008.

nelle due versioni. Le strategie per coinvolgere i/le partecipanti sono state principalmente tre. In primo luogo, sono stati/e invitati/e a partecipare tramite posta elettronica i/le colleghi/e, gli/le imprenditori/trici, i bloggers, i/le rappresentanti, i gruppi di professionisti/e, le istituzioni culturali e di insegnamento, le organizzazioni non governative, i partiti politici, i mezzi di comunicazione degli/delle italiani/e in Argentina con visibilità sul web. In un secondo momento, si è cercato di raggiungere i/le ricercatori/trici inclusi/e nella banca data Da Vinci⁴⁰. Infine, sono stati contattati tramite *Facebook* gli/le elettori/trici residenti a Buenos Aires compresi/e nelle liste elettorali pubblicate su internet dal Comune di Ortona, Abruzzo. In questo ultimo caso, la scelta è stata casuale.

L'obiettivo di partenza era quello di coinvolgere 300 partecipanti. Per diversi motivi, questo traguardo non è stato raggiunto. In primo luogo, sebbene internet abbia favorito la diffusione del questionario in una vasta area geografica come quella dell'intera provincia di Buenos Aires, essa si è dimostrata inefficace per attirare la partecipazione, per esempio, dei/delle più anziani/e. Inoltre, l'impossibilità di accedere alla programmazione Rai per l'estero verificatasi in certe realtà geografiche operate prevalentemente da piccoli e medi fornitori ha rappresentato un ulteriore ostacolo per lo svolgimento della ricerca. Poi, il costo del servizio si è dimostrato proibitivo per certe fasce di utenza che non si possono permettere l'abbonamento al *bouquet*⁴¹. Infine, circoscrivere la ricerca a Buenos Aires è stata per certi versi limitante. Anziché segnalare il fallimento della presente iniziativa di ricerca, le difficoltà riscontrate ribadiscono la rilevanza scientifica, nonché l'importanza etica e politica, di capire meglio il rapporto tra diritto all'informazione e alla comunicazione e cittadinanza esterna, intesa come «lo status, i diritti e i doveri dei residenti permanenti al di fuori del territorio di una comunità politica che li riconosce come membri»⁴².

Le risposte pervenute – tra l'8 agosto 2014 e l'8 gennaio 2015 – sono state complessivamente 74, di cui 63 valide. Quelle non valide riguardano: a) una risposta duplicata, b) persone senza cittadinanza italiana oppure c) che abitano al di fuori di Buenos Aires. Tra le risposte valide, 41

⁴⁰ Si tratta di un servizio offerto dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale «che raccoglie informazioni sulle attività della comunità dei ricercatori italiani operanti all'estero».

⁴¹ Secondo Franco Narducci, «Povertà e indigenza degli italiani all'estero», in Fondazione Migrantes, a cura di, *Rapporto Italiani nel mondo*, Tau editrice, Todi 2014, pp. 298-307, l'Argentina è appunto il paese che ospita il maggior numero di cittadini italiani indigenti.

⁴² Rainer Bauböck, «The rights and duties of external citizenship», *Citizenship Studies*, 13, 5, 2009, p. 478.

sono redatte in lingua italiana e 22 in castigliano. Malgrado il campione sia evidentemente ridotto, risulta soddisfacente ai fini sopra indicati. Per quel che concerne la composizione del campione per genere, vi sono 42 donne e 21 uomini. In merito all'età, 50 informatori si trovano nella fascia tra i 18 e i 65 anni; soltanto 10 sono ultrasessantacinquenni/e. Purtroppo, le classi di età si sono dimostrate troppo ampie; sarebbe stato opportuno suddividerle. In quanto alla distribuzione per luogo di nascita, gli/le informatori/trici nati/e in Italia sono considerabilmente di meno (12) in confronto a quelli/e nati/e in Argentina (51). Tra i/le 63 partecipanti, 30 abitano nella città di Buenos Aires mentre 33 vivono nella Provincia di Buenos Aires. Infine 29 dichiarano di essere post-laureati/e; 28 laureati/e e 6 di aver conseguito la maturità.

In una seconda fase, sono state/i intervistate/i 10 donne e 4 uomini per conoscere meglio i rapporti che le/i cittadine/i italiane/i stabiliscono con la concessionaria pubblica a partire dal genere a cui appartengono. Piuttosto che focalizzarsi nella sfera essenzialmente femminile, lo scopo è quello di volgere l'attenzione verso la dimensione relazionale fra ambo i generi ai fini di rendere nota la disuguaglianza fra di loro. Basate su un canovaccio composto da 23 domande organizzate in cinque sottogruppi tematici senza ordine predeterminato, le interviste sono state condotte durante il mese di luglio 2015 tramite l'utilizzo di mezzi informatici. La decisione di avvalersi della chat e della posta elettronica per lo svolgimento delle interviste si è basata sull'intenzione di raggiungere persone geograficamente distanti.

Analisi delle risposte

Complessivamente, i/le partecipanti dichiarano di utilizzare i media argentini – la televisione, la stampa e la radio – piuttosto che quelli italiani per tenersi informati. Parafrasando Curran⁴³, questa predilezione potrebbe essere favorita dall'alto livello di polarizzazione politica che caratterizza lo scenario info-comunicazionale argentino odierno, nonché dall'ipotetica sfiducia nei confronti delle istituzioni pubbliche italiane. Tra quelli/quelle che sono migrati/e negli ultimi anni però la tendenza è l'opposta: rimangono particolarmente attaccati ai media italiani, in particolare alla stampa, alla quale accedono fondamentalmente tramite internet. In generale, gli/le intervistati/e che apparten-

⁴³ James Curran, «Media System, Political Context and Informed Citizenship: A comparative Study», End of Award Report, Economic & Social Research Council, Swindon 2012, pp. 1-8.

gono a questo gruppo mostrano uno spiccato scetticismo nei confronti della Rai. Sarebbe da indagare se detto atteggiamento è collegato all'ipotesi della sfiducia istituzionale prima abbozzata.

È interessante interpretare i risultati precedenti alla luce degli sviluppi teorici del *cultural proximity model* secondo cui si tende a preferire i prodotti mediatici appartenenti alla propria cultura. Se, da una parte, le evidenze raccolte mostrano che i/le cittadini/e italiani/e nati/e in Argentina e quelli/e nati/e in Italia arrivati/e negli ultimi anni usano di solito i media del paese in cui sono nati/e, dall'altra, il fatto che i/le cittadini/e italiani/e nati/e in Italia di lunga residenza in Argentina scelgono i media locali per tenersi informati indica che detta propensione non è scontata, ma piuttosto dinamica in quanto ricollegabile a processi di ibridazione culturale. In questo senso, il consumo dei media diviene un indicatore del livello di integrazione raggiunto nella società ospite.

In genere, la televisione si dimostra il principale mezzo di informazione anche tra i media italiani, soprattutto per i maschi. Questi risultati coincidono, in parte, con le scoperte di Chianese⁴⁴. Se si considera poi che l'Argentina è uno dei pochi paesi nel mondo in cui il numero delle italiane residenti supera quello degli uomini⁴⁵, sarebbe confermato che una parte considerevole dell'utenza rimarrebbe esclusa. Secondo l'interpretazione elaborata da Curran⁴⁶, la minore predilezione delle donne per la televisione come fonte di informazione è dovuta, tra altri fattori, alla loro scarsa rappresentazione nei servizi televisivi, che nel caso italiano si traduce in una disparità nella distribuzione delle inquadrature per genere; nell'esigua quantità di donne citate e nella spiccata tendenza alla loro specializzazione in certe tematiche. Nelle rubriche di approfondimento politico, le donne risultano essere ancora meno numerose rispetto ai telegiornali, sia nella conduzione sia nell'ideazione dei programmi, anche se la maggior visibilità maschile non sempre corrisponde a un maggiore potere decisionale. Comunque le donne ricoprono funzioni meramente decorative⁴⁷.

Tutto sommato, i mezzi etnici – italiani prodotti in Argentina – e la radio italiana sono comparativamente meno diffusi. I siti web, le newsletter istituzionali e le reti sociali, in particolare Twitter e Facebook, si presentano quali vie alternative di informazione. Stando alle risposte degli/delle partecipanti, la televisione italiana è seguita sia via cavo, sia tramite computer. In relazione a Euronews e Rai World Premium, Rai-

⁴⁴ *Id.*

⁴⁵ Claudia Mancosu, *ibi.*

⁴⁶ *Id.*

⁴⁷ Milly Buonanno, *Visibilità senza potere: le sorti progressive ma non magnifiche delle donne giornaliste italiane*, Napoli, Liguori, 2005.

Italia 1 è il canale più visto. La fascia oraria privilegiata è quella serale, particolarmente dalle ore 20.30 alle 22.30 ore. Se si tiene in conto questo dato, insieme al fatto che le rubriche di approfondimento informativo/politico vengono trasmesse perlopiù in seconda serata come prima accennato, risulta sorprendente che esse si collochino al secondo posto tra i generi televisivi preferiti. Comunque sia, i telegiornali, *Ballarò*, *Che tempo che fa* e *Porta a Porta* compaiono tra i programmi più popolari.

Ai fini di spiegare questa preferenza per i programmi che danno più spazio alla politica, risulta di particolare interesse la tesi di Curran⁴⁸, secondo cui vi è un cerchio virtuoso tra la visione che i/le cittadini/e hanno della propria influenza, la ricerca di informazioni e l'acquisizione di conoscenze politiche. Di conseguenza, vi è anche una dinamica negativa in cui coloro che sono meno inclini a pensare che sono influenti sono anche meno disposti ad acquisire informazioni di uso pubblico e di essere informati. Questi processi dipendono, a loro volta, dal modo in cui i servizi televisivi vengono organizzati: rispetto alla televisione commerciale, il servizio pubblico televisivo contribuisce a mantenere una cittadinanza più coinvolta e informata, sostenendo più efficacemente una cultura democratica.

A questo punto, è opportuno ricordare che Rai Internazionale è nata dall'apparente contraddizione tra due finalità: se da un lato si cerca di informare gli/le italiani/e residenti all'estero, dall'altro l'obiettivo è quello di attirare l'attenzione di un pubblico internazionale, mettendo in primo piano il *made in Italy*. In pratica, queste due visioni avrebbero contribuito a forgiare un'immagine utilitaristica degli/delle italiani/e all'estero in termini di risorse per l'economia e la coscienza nazionale italiana⁴⁹, in evidente discrepanza con la nozione di servizio pubblico. Con le parole di Cardarelli⁵⁰, la nozione di servizio pubblico non va confusa con quella di servizio universale. Mentre il servizio pubblico è volto a garantire la diversità culturale, linguistica e sociale, la coesione politico-sociale e l'identità nazionale, il servizio universale attiene alla tecnologia disponibile a prezzi abbordabili, erogabile nei confronti di chiunque ne faccia richiesta. A questo riguardo, è interessante far notare che a differenza di ciò che accade in Italia, dove «l'esonazione del pagamento del canone Rai [...] per i soggetti di età pari o superiore ai 75 anni con un reddito proprio e del coniuge non superiore a 516,46

⁴⁸ *Id.*

⁴⁹ M. Hayward, *Global Italy*.

⁵⁰ Francesco Cardarelli, «Servizio pubblico radiotelevisivo», in Aldo Frignani, Elena Poddighe e Vincenzo Zeno-Zencovich, a cura di, *La televisione digitale: temi e problemi*, Giuffrè, Milano 2006, pp. 157-218.

euro per tredici mensilità»⁵¹ è stata introdotta dalla legge finanziaria 2008, non si è a conoscenza di provvedimenti simili che consentano alle fasce più deboli di usufruire del servizio televisivo dall'estero.

In media, i/le protagonisti/e dell'indagine si ritengono soddisfatti/e della televisione italiana in Argentina. Gli/le intervistati/e apprezzano la televisione italiana in Argentina principalmente per le funzioni identitarie che svolge⁵²: considerano che essa sia importante per contribuire a mantenere i legami con le proprie origini, per sapere cosa accade in Italia e nel mondo e per promuovere la lingua italiana: «programmi di rilevanza nazionale vengono trasmessi in diretta», «hay entrevistas muy buenas» [vi sono interviste molto buone; traduzione dell'autrice], «nos mantiene en contacto con la lengua» [ci tiene in contatto con la lingua; traduzione dell'autrice], «colabora en el aprendizaje del idioma para nuestros hijos» [aiuta l'apprendimento dell'italiano per i nostri figli; traduzione dell'autrice]. Tendenzialmente, gli/le intervistati/e trovano che la programmazione sia culturalmente arricchente e socialmente rilevante e l'informazione abbastanza equilibrata e rispettosa dei diversi orientamenti politici. Dunque pensano che la concessionaria pubblica risponda ai propri bisogni informativi. Stando al giudizio di un partecipante,

«i programmi di approfondimento politico e di interesse generale come Che tempo che fa permettono di seguire le dinamiche italiane con relativa semplicità e sono un buon strumento di collegamento per gli italiani residenti in Argentina».

D'altra parte, sono anche riconoscibili segni di un atteggiamento più ambivalente, quali le lamentele per la mancata sintonia con il fuso orario, gli usi e i costumi locali e la trasmissione di un'immagine poco accurata dell'Italia e degli italiani in Argentina:

«negli orari argentini non c'è quasi niente di interessante»; «i programmi politici d'opinione vanno in onda troppo tardi»; «l'orario di alcuni programmi può essere un limite per la gente che lavora»; «l'informazione elettorale non sempre arriva in tempo»; «non è pensata per gli italiani oppure gli italoargentini residenti in Argentina»; «troppi programmi di cucina e varietà trasmettendo un'immagine degli italiani assai superficiale»; «Rai International dovrebbe selezionare più accuratamente la programmazione, per riuscire a far sentire gli italiani all'estero come fossero in Italia»; «i programmi sugli italiani all'estero sempre parlano degli italo-americani come se fossero gli unici immigranti italiani nel passato»; «quello che manca è un servizio su temi puntuali della situazione italiana ed europea che permetta di stabilire comparazioni con i problemi argentini e latinoamericani».

⁵¹ Roberto Zaccaria, «Il finanziamento del sistema», in *Diritto dell'informazione e della comunicazione*, CEDAM, Assago 2013, pp. 429-430.

⁵² Benedict Anderson, *Comunidades imaginadas*, FCE, Mexico 1991, pp. 315.

La qualità del segnale, il costo del servizio e lo squilibrio tra l'informazione e l'intrattenimento risultano altrettanto problematici:

La programación en general [está] dirigida al entretenimiento, con bajo presupuesto, sin discusiones o debates encarados de manera seria. Por dicha razón, pese a que sería una buena manera de mantener la lengua, no me resulta aprovechable [il palinsesto in generale è basato sull'intrattenimento, a basso costo di produzione, senza discussioni o dibattiti seri. Perciò, anche se fosse un buon modo di conservare la lingua, non mi risulta utile; traduzione dell'autrice].

In merito al ruolo svolto dalle barriere linguistiche per l'accesso alle informazioni di uso pubblico è interessante notare, come prima accennato, che nelle risposte prevale l'uso dell'italiano, sia da parte degli/delle intervistati/e nati/e in Italia che in Argentina. Infatti, la maggior parte di questi/e ultimi/e dichiara di conoscere l'italiano e il castigliano. In alcuni casi, dice addirittura di conoscere l'inglese, il francese e/o il tedesco. Questa capacità di parlare e/o comprendere diverse lingue consente appunto di spostarsi tra diverse culture, cogliendo il meglio che ognuna ha da offrire⁵³. Il profilo plurilingue che emerge da queste risposte può essere ricollegato all'alto livello di istruzione raggiunto dai/dalle partecipanti. Queste caratteristiche confermano quanto osservato da Straubhaar⁵⁴, il quale sostiene che i più istruiti e i più connessi sono i migliori consumatori dei canali globalizzati, sia sul satellite, sulla televisione via cavo e/o su internet. Infatti, i risultati delineano un pubblico ristretto anziché massiccio. Il capitale economico e culturale necessario per seguire le rubriche di approfondimento politico/informativo sembra essere elevato e, a giudicare dalle difficoltà suddette per coinvolgere i/le partecipanti, poco diffuso. Da questo punto di vista, si potrebbe rientrare nella concettualizzazione di *narrowcasting*, in quanto fa riferimento ad audience numericamente ristrette, pur non essendo in presenza di una televisione «tagliata su misura».

In confronto con la realtà italiana, l'andamento sociale, politico ed economico in Argentina attira in genere di più l'interesse degli/delle intervistati/e, in particolare di quelli/e nati/e in Argentina. Questo dato potrebbe essere anche ricollegato all'ipotesi della polarizzazione politica indicata precedentemente. Rispetto ai/alle partecipanti nati/e in Ita-

⁵³ Thomas Ksiazek e James G. Webster, «Cultural proximity and audience behavior: the role of language in patterns of polarization and multicultural fluency», *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52, 3, 2008, pp. 485-503.

⁵⁴ Joseph Straubhaar, «Cultural capital, language and cultural proximity in the globalization of television», presentato alla *International Communication Association Conference*, tenutasi a Gerusalemme nel 1998.

lia, quelli/e nati/e in Argentina si dimostrano curiosamente anche più interessati alla situazione in Italia. Nonostante la tendenza generale osservata, la maggior parte del campione dichiara di aver partecipato alle elezioni politiche e/o referendarie italiane dall'Argentina. Secondo le testimonianze raccolte, la mancata espressione delle proprie preferenze elettorali - quando si è verificata - è stata motivata, più che dal disinteresse, dalla ritardata consegna dei plichi, dall'incompiuta iscrizione all'AIRE, dall'inadeguatezza delle informazioni fornite oppure dalla scarsa conoscenza della realtà socio-politica italiana. Su questo ultimo aspetto, un intervistato riconosce: «non ho sufficiente conoscenza della realtà politica e mi sembra una mancanza di rispetto votare senza sapere bene come sono le cose».

Durante lo svolgimento delle interviste, i/le protagonisti/e hanno accennato al proprio rapporto con il palinsesto di RAI International, alla mancata identificazione con i programmi trasmessi, alla scarsa promozione dell'offerta informativa volta ad attirare il pubblico femminile, al presunto maggiore attivismo degli uomini per partecipare alla comunicazione politica rispetto alle donne, alla preferenza di altri mezzi quali la radio e la stampa, al minore tempo a disposizione delle donne per guardare la TV e, più in generale, all'educazione quali cause possibili del divario tra i generi nell'uso della Rai per tenersi informati/e. A questo riguardo, è interessante notare che, mentre i maschi puntano a motivazioni storiche, politiche e perfino biologiche, le femmine mettono in evidenza fattori educativi, generazionali e familiari che si troverebbero alla base della configurazione di una "cultura politica" relativamente mutevole che dipende dall'educazione, dalla socializzazione e dall'esposizione ai media e configurerebbe un certo tipo di atteggiamento rispetto alle prestazioni del governo, della società e dell'economia⁵⁵.

Conclusioni e prospettive

Dall'analisi precedente si può trarre il profilo di un/a cittadino/a assai coinvolto/a politicamente, con accesso a diverse fonti di informazione, tra le quali prevalgono quelle audiovisive ed elettroniche, in base a cui si (ri)crea un'identità a diversi strati. In questo contesto, la lingua, anziché ostacolare l'esercizio del diritto all'informazione e alla comunicazione, risulta, almeno per quelli/e che sono in grado di parlarla e/o comprenderla, una delle motivazioni principali per sintonizzare la televisione italiana

⁵⁵ Lorella Cedroni, «Cultura politica femmine e comportamento elettorale», in M. Ferrari Occhionero, *Dal diritto di voto alla cittadinanza piena*, pp. 93-104.

dall'Argentina. Questi risultati smentiscono, se non parzialmente, i pregiudizi che tendono a riportare un'immagine linguistica e culturalmente omogenea dei cittadini/e italiani/e nati/e in Argentina. Resta da indagare il ruolo che ricoprono le barriere linguistiche tra i meno istruiti, i meno connessi e i più anziani. A tale scopo, sarebbe necessario incentrare la ricerca su strumenti di rilevazione dei dati più adatti.

In relazione al profilo sopra indicato, i criteri in base a cui si privilegia l'intrattenimento piuttosto che l'informazione nell'organizzazione dei palinsesti televisivi si dimostrano tuttora inappropriati ai fini di agevolare la formazione di una competenza cittadina e favorire la partecipazione democratica della cittadinanza esterna. L'odierno concetto di cittadinanza non può prescindere dai diritti info-comunicazionali, che si dimostrano di importanza tattica contro la depoliticizzazione. I/le cittadini/e intervistati/e che sono in possesso del capitale economico, linguistico e culturale richiesto per accedere ai servizi televisivi italiani dall'Argentina domandano inoltre l'attuazione di strategie di programmazione più inclusive che tengano conto del loro posizionamento (trans)nazionale.

Infine, gli elementi a disposizione sono ancora insufficienti per capire in profondità il ruolo svolto dalla televisione (trans)nazionale nella configurazione della cultura politica dei/delle cittadini/e esterni/e. Questo tema configura un campo di studio nuovo con evidenti potenzialità nel quale le Scienze della Comunicazione, la Sociologia e le Scienze Politiche convergono. Sarebbe utile approfondire in future indagini la relazione tra la concessionaria pubblica televisiva e il diritto all'informazione e alla comunicazione della cittadinanza esterna sia in relazione a quella "interna" sia in base al genere. Si tratta di una sfida scientifica, ma soprattutto politica, necessaria all'attuazione di politiche pubbliche inclusive che garantiscano in condizioni di eguaglianza i diritti di tutti/e i/le propri/e cittadini/e ovunque essi/e risiedano.