



Lingua, voto e cittadinanza: la Rai e gli italiani in Argentina

di María Soledad Balsas

PREMESSA

Basato sull'ideale illuminista, il presupposto secondo il quale soltanto attraverso un'informazione corretta e completa il cittadino può concorrere alla vita sociale, politica e culturale del Paese è ormai ritenuto pietra angolare del regime democratico (CORASANITI 2006). Il principio 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" 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". Quando si tratta dell'esercizio della cittadinanza esterna, tuttavia, l'applicazione del diritto all'informazione e alla comunicazione risulta quanto mai controversa.

Questo si evince, per esempio, dal ruolo marginale storicamente assegnato ai mezzi di comunicazione di massa per i migranti all'estero. Nonostante il diritto al voto nelle elezioni politiche sia stato riconosciuto ai 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 per lo più sull'intrattenimento, specialmente sulla musica e sullo sport, nonché sulla pubblicità (Anania 2009). Nell'ambito dell'entrata in vigore della legge 459/2001, che consente ai cittadini regolarmente iscritti all'Anagrafe degli Italiani Residenti all'Estero di votare per corrispondenza, il diritto all'informazione e alla comunicazione viene contrastato da realtà culturali, linguistiche e sociali diverse che richiamano la sfida di garantire, in condizioni di eguaglianza, i diritti dei propri cittadini ovunque risiedano.

Per le caratteristiche che presenta, quello degli italiani in Argentina costituisce un caso privilegiato di analisi. In primo luogo, perché rappresentano il gruppo di italiani residenti all'estero più numeroso (Fondazione Migrantes 2014). In secondo luogo, la presenza minoritaria degli italiani madrelingua all'interno del gruppo risulta interessante per conoscere meglio il ruolo svolto dalle barriere linguistiche per la garanzia del diritto all'informazione e alla comunicazione. Terzo, l'alta partecipazione dei cittadini italiani 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.

In base ai precedenti, potrebbe ipotizzarsi che questa situazione sia favorita da un inadeguato accesso all'informazione e alla comunicazione, soprattutto dell'utenza non italoфона, che ostacolerebbe l'esercizio democratico e partecipativo della cittadinanza esterna. Aniché agevolare la formazione di una competenza di cittadinanza, le strategie linguistiche, di programmazione e di pianificazione attuate dalla concessionaria pubblica inibirebbero l'esercizio attivo della cittadinanza esterna. 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 politico (Dahlgren 2009). Poi, sebbene il web abbia assunto un'importanza progressiva nella politica oltre confine (Laurano 2010), la televisione resta in posizione strategica rispetto ad altri mezzi nella formazione dell'opinione pubblica. 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 nel corso dei quali si mettono a confronto in forma dialettica le varie opinioni sui diversi temi oggetto di dibattito politico (Caretti 2013).

PRECEDENTI

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 insoddisfazione nei confronti dei canali internazionali della Rai (Di Marco 2007). 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" (Commissione Parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi 2000: 9).

Secondo Tarantino (2012), nel caso specifico degli italiani 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 Italia. Secondo Occhipinti (2009: 33), "nelle elezioni politiche del 2008, l'ufficio consolare di Buenos Aires ha raggiunto il 60,7% dei votanti, ben oltre la media della Circostrizione Estero (40,28%)". A questo scopo, "l'associazionismo ha svolto un ruolo di primo piano, soprattutto in termini di diffusione dell'informazione politica e di lobbying" (Tarantino 2012: 127).

Nel 2008, l'attuazione di un'offerta televisiva più in linea con i bisogni informativi degli italiani residenti all'estero è stata richiesta dal gruppo sull'informazione e la comunicazione della I 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" (I Conferenza Dei Giovani Italiani Nel Mondo 2008: 3). Proposte simili sono state avanzate dal Movimento Associativo Italiani all'Estero (MAIE), condotto da un italo-argentino, 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" (Movimento Associativo Italiani All'estero 2013: 5).

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" (Comitato Per Le Questioni Degli Italiani All'estero 2009: 3). In particolare, le lamentele dei parlamentari riguardavano 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 simile.” (Comitato Per Le Questioni Degli Italiani All'estero 2011: 5). Per quanto riguarda l'approfondimento politico aggiunte: “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.” 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 l'ex responsabile per gli italiani nel mondo del Partito Democratico, Maurizio Chiochetti, e Marco Zacchera, già responsabile Esteri Alleanza Nazionale-Popolo della 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, 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 diritto. (LAURANO 2010: 282)

Si tratta di un'interpretazione forse troppo ottimistica del coinvolgimento civico dei cittadini interni e per lo più negativa di quelli esterni. A questo riguardo, Sartori (2007: 91-93) 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 porse ogni qualvolta si cercò di estendere il suffragio.

Stando ai risultati di un'indagine condotta da Chianese (2006) tra novembre 2003 e settembre 2005 nelle città argentine di Buenos Aires e di Mar del Plata, tra gli italiani residenti in Argentina vi è una grande confusione sul voto in generale e sui referendum in particolare. 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 elettrodotto’. Ma che è la servitù di elettrodotto?, chiedeva il poverino” (Bernardotti 2012: 37. Secondo Chianese (2006), quelli più disinformati sono i 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 intervistati, che percepiscono di essere trattati come cittadini di “serie B”, si lamentano della qualità della programmazione di Rai International. Durante le prime elezioni politiche dall'estero, una ricerca di caratteristiche simili a quella del 2003 è stata riproposta nel 2006. In quest'opportunità, 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'inadeguatezza delle informazioni: il 57,6 per cento degli intervistati riteneva



che le comunicazioni fossero scarse e poco chiare. Tra quelli 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 per cento si è dichiarato interessato ad approfondire lo studio della politica italiana.

Da un'analisi della programmazione di Raitalia 1 tra il 27 febbraio e il 14 marzo 2014 (Balsas 2014), momento che coincide con l'approvazione della riforma elettorale alla Camera, emerge che il palinsesto non include i contenuti di Rai Parlamento. Inoltre, 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). 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 specifico [...]. (G.U. n. 303 2013: 6)

Secondo Tintori (2012: 199), ogni tipo di intervento di disciplinamento "diventa difficile, se non impossibile, per l'evidente limite di sovranità territoriale". In merito, è opportuno chiedersi quali siano dette difficoltà nel caso specifico della concessionaria pubblica e come si applichino alla trasmissione di contenuti interamente prodotti in Italia.

Basato sulle "stime e impressioni personali" dei funzionari delle strutture consolari italiane in Argentina, Tintori (2009: 82) riferisce "un'assenza generalizzata di interesse verso l'Italia e l'italiano" tra i cittadini italiani 'neo-riconosciuti'. Queste percezioni si trovano, *prima facie*, in contrasto con i 24.000 alunni, tra cui sarebbero presumibilmente compresi i 'pronipoti d'Italia', iscritti ai corsi di lingua italiana riconosciuti dal proprio console d'Italia a Buenos Aires dal 2004 al 2008 (Occhipinti 2009). Le suddette percezioni sarebbero anche in tensione con le statistiche pubblicate dal Ministero degli Affari Esteri sulla promozione della lingua e della cultura italiane in Argentina:

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



Tabella 1. Corsi di lingua e cultura italiana in Argentina. Valori assoluti. Serie storica 2002-2013.
Fonte: Annuari Statistici, Ministero degli Affari Esteri.

Per capire il rapporto della diaspora in Argentina con la lingua italiana non si può prescindere dalla ridotta padronanza a favore dell'uso dei dialetti tra i propri migranti né dalla portata limitata delle scuole italiane in loco nell'ambito della massiccia politica di integrazione attuata dal sistema pubblico scolastico argentino, che puntò storicamente sull'acquisizione esclusiva del castigliano (Di Tullio 2003). Dalla fine degli anni ottanta però questa situazione tende ad attenuarsi. A seguito della Resolución Ministerial n. 1813 del 2 novembre 1988, nell'ambito dei migliorati rapporti diplomatici tra l'Italia e l'Argentina, divenne ancora possibile studiare l'italiano in alcune scuole argentine che lo inclusero nella loro offerta formativa (Vedovelli 2011). Da allora "parlare italiano ha cominciato a diventare bello, utile, interessante" (Pellegrini, Vedovelli 2011: 319) fino a diventare "la seconda lingua più studiata dopo l'inglese" (Patat, Vedovelli 2011: 323).

METODOLOGIA

Anche se vi è un forte consenso tra gli studiosi della comunicazione in merito all'insufficienza della mappatura dell'accesso e del consumo mediatici, nel contesto della presente ricerca essa è considerata necessaria come primo approccio al problema di interesse, data la scarsità dei dati disponibili sull'argomento. Che mezzi di comunicazione utilizzano gli italiani in Argentina per tenersi informati? 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 telespettatori diasporici? Come si posizionano i cittadini italiani residenti in Argentina tra gli spazi locali e (trans)nazionali a partire dai loro consumi televisivi?

Nella seconda fase della ricerca, il principale strumento di raccolta dei dati è stato un questionario autosomministrato costituito da trenta domande – a scelta multipla, chiuse e aperte –, rivolto ai cittadini italiani ed italo-argentini che abitano a Buenos Aires. Visto che uno degli obiettivi dell'indagine è appunto quello di problematizzare il ruolo delle barriere linguistiche, si è ritenuto indispensabile fornire le domande sia in italiano che in castigliano. Le strategie per coinvolgere i partecipanti sono state principalmente tre. Primo, sono stati invitati a partecipare tramite posta elettronica i colleghi, gli imprenditori, i bloggers, i gruppi di professionisti, le istituzioni culturali e di insegnamento, le organizzazioni non governative, i partiti politici, i mezzi di comunicazione degli italiani in Argentina con visibilità sul web. In un secondo momento, si è cercato di raggiungere i ricercatori inclusi nella banca data Da Vinci. Infine, sono stati contattati tramite *Facebook* gli elettori residenti a Buenos Aires



compresi nelle liste elettorali pubblicate dal Comune di Ortona, Abruzzo. Questa 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, esso si è dimostrato inefficace per attirare la partecipazione, per esempio, dei più anziani. In secondo termine, l'impossibilità di accedere alla programmazione Rai per l'estero verificatasi in certe realtà geografiche operate prevalentemente da piccoli e medi fornitori di 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: l'Argentina è appunto il Paese che ospita il maggior numero di cittadini italiani indigenti (Narducci 2014). Infine, circoscrivere la ricerca a Buenos Aires è stata per certi versi una scelta 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" (Bauböck 2009: 478).

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

ANALISI DELLE RISPOSTE

Complessivamente, i partecipanti dichiarano di utilizzare i media argentini – la televisione, la stampa e la radio – piuttosto che quelli italiani per tenersi informati. Parafrasando Curran (2012), questa predilezione potrebbe essere favorita dall'alto livello di polarizzazione politica che caratterizza lo scenario info-comunicazionale argentino odierno nonché dalla sfiducia nei confronti delle istituzioni italiane. Tra



quelli che sono migrati 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 intervistati che appartengono a questo gruppo evincono 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 oppure a quelle più vicine (Straubhaar 1998). Se, da una parte, le evidenze raccolte dimostrano che i cittadini italiani nati in Argentina e quelli nati in Italia arrivati negli ultimi anni usano di solito i media del Paese in cui sono nati, dall'altra, il fatto che i cittadini italiani nati in Italia di lunga residenza in Argentina scelgano 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 Chianese (2006). Se si considera poi che l'Argentina è uno dei pochi paesi al mondo in cui il numero delle donne italiane ivi residenti supera quello dei maschi (MANCOSU 2009), se si confermasse la tendenza osservata una parte considerevole dell'utenza rimarrebbe esclusa.

Secondo l'interpretazione elaborata da Curran (2012), la minore predilezione delle donne per la televisione come fonte di informazione è dovuta alle loro scarsa rappresentazione nei servizi televisivi. Bisognerebbe dedicare delle apposite iniziative di ricerca per capire meglio quali siano i fattori che sottostanno a queste dinamiche. 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 dei partecipanti, la televisione italiana è seguita sia via cavo sia tramite il computer. In relazione a *Euronews* e *Rai World Premium*, RaiItalia 1 è il canale più visto. La fascia oraria privilegiata è quella serale, specialmente dalle ore 20.30 alle ore 22.30. Se si tiene in conto questo dato, insieme al fatto che le rubriche di approfondimento informativo/politico vengono trasmesse per lo più 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 generi televisivi politicamente più sensibili, risulta di particolare interesse la tesi di Curran (2012), secondo cui vi è un cerchio virtuoso tra la visione che i cittadini hanno della propria influenza, la ricerca di informazioni e l'acquisizione di conoscenze politiche. Di conseguenza, vi è anche una



dinamica negativa per la quale, coloro che sono meno inclini a pensare di essere influenti, sono anche meno disposti ad acquisire informazioni di uso pubblico e a 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 scopi: se da un lato si cerca di informare gli italiani 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 italiani all'estero in termini di risorse per l'economia e la coscienza nazionale italiana (Hayward 2008). 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 (Cardarelli 2006).

A questo riguardo, è interessante far notare che a differenza di ciò che accade in Italia, dove "l'esenzione 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 euro per tredici mensilità" è stata introdotta dalla legge finanziaria 2008 (Zaccaria 2013: 429-30), non si è a conoscenza di provvedimenti simili che consentano alle fasce più deboli di usufruire del servizio televisivo dall'estero.

In media, i protagonisti dell'indagine si ritengono soddisfatti della televisione italiana in Argentina: l'apprezzano principalmente per le funzioni identitarie che svolge. 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 intervistati 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'altronde, sono anche riconoscibili dei 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”. La qualità del segnale, il costo del servizio e lo (s)quilibrio 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 sarebbe un buon modo di conservare la lingua, non mi risulta utile; traduzione dell'autrice].

“hay demasiados concursos” [vi sono troppi giochi a premi; traduzione dell'autrice]; “los programas están más dedicados a aplaudir y gritar que a comunicar algo” [i programmi sono più dedicati ad applaudire e urlare che a comunicare qualcosa; 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 intervistati nati in Italia che in Argentina. Infatti, la maggior parte di questi ultimi dichiara di conoscere l'italiano e il castigliano. In alcuni casi, si 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 offrire (Ksiazek e Webster 2008). Il profilo plurilingue che emerge da queste risposte può essere ricollegato all'alto livello di istruzione raggiunto dai partecipanti. Queste caratteristiche confermano quanto osservato da Straubhaar (1998), che sostiene che i meglio 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. I capitali economici e culturali necessari per seguire le rubriche di approfondimento politico/informativo sembrano essere elevati e, a giudicare dalle difficoltà suddette per coinvolgere i partecipanti, poco diffusi.

In confronto con la realtà italiana, l'andamento sociale, politico ed economico in Argentina attira in genere di più l'interesse degli intervistati, in particolare di quelli nati



in Argentina. Questo dato potrebbe essere anche ricollegato all'ipotesi sulla polarizzazione politica. Rispetto ai partecipanti nati in Italia, quelli nati in Argentina si dimostrano curiosamente anche più interessati alla situazione in Italia. Ciò nonostante, 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. In merito, un intervistato dichiara: "non ho sufficiente conoscenza della realtà politica e mi sembra una mancanza di rispetto votare senza sapere bene come sono le cose". 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 (Bourdieu 1997).

CONCLUSIONI

Dall'analisi precedente si può trarre il profilo di un cittadino assai coinvolto politicamente, con accesso a diverse fonti di informazione, tra le quali prevalgono quelle audiovisive ed elettroniche, in base a cui (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 che sono in grado di comprenderla, essere una delle motivazioni principali per sintonizzare la Rai dall'Argentina. Questi risultati smentiscono, almeno parzialmente, i pregiudizi che tendono a riportare un'immagine linguistica omogenea dei cittadini italiani nati 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 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 di cittadinanza 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 cittadini intervistati che sono in possesso del capitale economico, linguistico e culturale richiesti per accedere ai servizi televisivi italiani dall'Argentina chiedono inoltre l'attuazione di strategie di programmazione più inclusive che tengano conto del loro posizionamento (trans)nazionale. A questo proposito, sarebbe anche utile problematizzare in future indagini la relazione tra la concessionaria pubblica televisiva



e il diritto all'informazione e alla comunicazione della cittadinanza esterna in base al genere.

BIBLIOGRAFIA

I Conferenza dei Giovani Italiani nel Mondo, 2008, *Documento finale del gruppo tematico Informazione e Comunicazione*.

Anania F., 2009, "Cinegiornali, radio, televisione. La rappresentazione dell'emigrazione italiana", in P. Bevilacqua, A. De Clementi ed E. Franzina (eds.), *Storia dell'emigrazione italiana*, Donzelli, Roma, pp. 515-536.

Balsas M. S., 2014, "Diritto all'informazione e cittadinanza esterna: il caso di Railitalia 1 in Argentina", in *Rivista dell'Istituto di Storia dell'Europa Mediterranea*, 12, pp. 215-235.

Bauböck R., 2009, "The rights and duties of external citizenship", in *Citizenship Studies*, 13 (5), pp. 475-499.

Bourdieu P., 1997, *Sulla televisione*, Feltrinelli, Milano.

Cardarelli F., 2006, "Servizio pubblico radiotelevisivo", in A. Frignani, E. Poddighe e V. Zeno-Zencovich (eds.), *La televisione digitale: temi e problemi*, Milano, Giuffrè, pp. 157-214.

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

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

Comitato per le questioni degli italiani all'estero, XVI Legislatura, resoconto stenografico n. 2, 5° seduta, 6 maggio 2009.

Comitato per le questioni degli italiani all'estero, XVI Legislatura, resoconto stenografico n. 16, 19° seduta, 29 giugno 2011.

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

Corasaniti G., 2006, "Libertà di informazione e diritto all'informazione", in *Diritto e deontologia dell'informazione*, CEDAM, Padova, pp. 1-30.

Curran J., 2012, "Media System, Political Context and Informed Citizenship: A comparative Study", in *End of Award Report, Economic & Social Research Council*, Swindon.

Dahlgren P., 2009, "Television and Popular Public Spheres", in *Media and political engagement. Citizens, communication and democracy*, Cambridge University Press, New York, pp. 126-148.

Di Marco C., 2007, *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", Roma.



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

Fondazione Migrantes, 2014, *Rapporto Italiani nel Mondo*, Tau Editrice, Roma.

Gazzetta Ufficiale n. 303, 28 dicembre 2013, *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*.

Hayward M., 2008, *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.

Ksiazek T. e J. G. Webster, 2008, "Cultural proximity and audience behavior: the role of language in patterns of polarization and multicultural fluency", in *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52 (3), pp. 485-503.

Laurano P., 2010, "L'altra Italia: analisi dei siti dei candidati per gli italiani all'estero", in M. Prospero e C. Ruggiero (eds.), *Le parole della politica. Protagonisti, linguaggi e narrazioni nell'Italia del 2008*, Scriptaweb, Napoli, pp. 263-288.

Mancosu C., 2009, "L'immigrazione italiana in Argentina", in Caritas Migrantes (ed.), *America latina-Italia, vecchi e nuovi migranti*, Roma, Idos, pp. 83-91.

Narducci F., 2014, "Povertà e indigenza degli italiani all'estero", in Fondazione Migrantes (ed.), *Rapporto Italiani nel mondo*, Tau editrice, Roma, pp. 298-307.

Ministero degli Affari Esteri, 2014, *Annuario Statistico 2014, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma.

Ministero degli Affari Esteri, 2013, *Annuario Statistico 2013, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma.

Ministero degli Affari Esteri, 2012, *Annuario Statistico 2014, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma.

Ministero degli Affari Esteri, 2011, *Annuario Statistico 2014, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma.

Ministero degli Affari Esteri, 2010, *Annuario Statistico 2014, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma.

Ministero degli Affari Esteri, 2009, *Annuario Statistico 2014, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma.

Ministero degli Affari Esteri, 2008, *Annuario Statistico 2014, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma, pp. 168.

Ministero degli Affari Esteri, 2007, *Annuario Statistico 2014, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma.

Ministero degli Affari Esteri, 2006, *Annuario Statistico 2014, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma.

Ministero degli Affari Esteri, 2005, *Annuario Statistico 2014, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma.



Ministero degli Affari Esteri, 2004, *Annuario Statistico 2014, Il Ministero degli Affari Esteri in Cifre*, Ufficio di Statistica, Segreteria Generale, Roma.

Movimento Associativo Italiani all'Estero, 2013, *Programma Elezioni Politiche 2013*.

Occhipinti N., 2009, "Il sostegno della rete consolare alle collettività all'estero: il caso di Buenos Aires", in Caritas Migrantes (ed.), *America latina-Italia, vecchi e nuovi migranti*, Roma, Idos, pp. 29-35.

Sartori G., 2007, *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Laterza, Roma.

Straubhaar J., 1998, "Cultural capital, language and cultural proximity in the globalization of television", in *International Communication Association Conference*, Jerusalem.

Tarantino F., 2012, "Rappresentanza e voto in America Meridionale", in G. Tintori, (ed.), *Il voto degli altri. Rappresentanza e scelte elettorali degli italiani all'estero*, Rosenberg & Sellier, Torino, pp. 121-126.

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

Tintori G., 2012, "Il voto degli altri: un nuovo modello di cittadinanza per una realtà articolata", in *Il voto degli altri. Rappresentanza e scelte elettorali degli italiani all'estero*, Rosenberg & Seller, pp. 181-206.

Vedovelli M., 2011, "Argentina", in *Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo*, Carocci, Roma.

Zaccaria R., A. Valastro ed E. Albanesi, 2013, "Il finanziamento del sistema", in *Diritto dell'informazione e della comunicazione*, CEDAM, Assago, pp. 423-454.

María Soledad Balsas è ricercatrice presso l'IMHICIHU-CONICET, Argentina. È Dottoressa di Ricerca in Scienze Sociali (Universidad de Buenos Aires). Ha conseguito il Master in "Immigrati e Rifugiati. Formazione, Comunicazione e Integrazione Sociale" (Università degli Studi di Roma "La Sapienza"). È autrice di *Las migraciones en los libros de texto. Tensión entre globalización y homogeneidad cultural*, Buenos Aires, Biblos, 2014. Ha collaborato con *RiMe*, *La Critica Sociologica* e il *Rapporto Italiani nel Mondo*.

msbalsas@conicet.gov.ar