STORIA • IDENTITÀ • COMUNICAZIONE

La stampa migrante ieri, oggi, domani

Un excursus storico con lo sguardo verso il futuro della comunicazione italiana nel mondo

P. Lorenzo Prencipe | Fondazione CSER ETS



PUNTO DI PARTENZA

Una stampa che nasce con l’emigrazione

La stampa “di e in” emigrazione — qui definita “migrante” — accompagna la storia delle comunità italiane nel mondo.

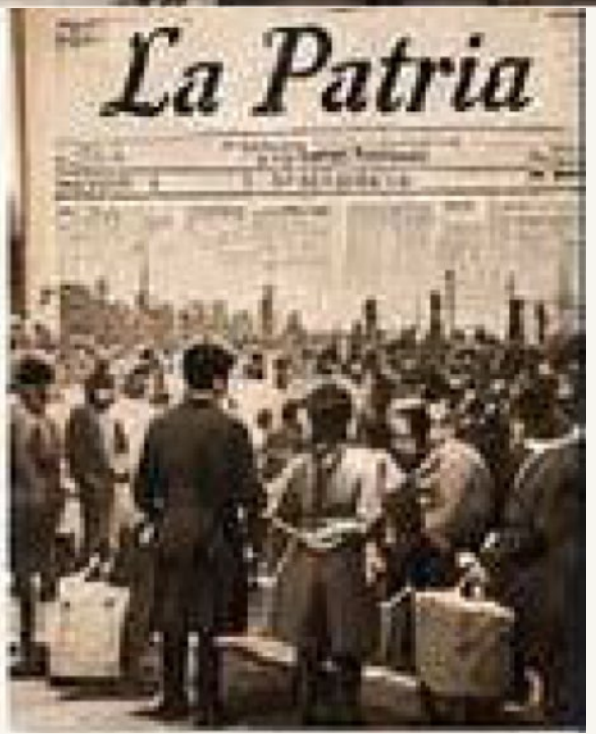
È un osservatorio privilegiato per leggere trasformazioni, bisogni, conflitti e forme di appartenenza.

Ripercorrerne la storia aiuta a individuare elementi utili per il presente e per il futuro.

La domanda guida

Quale informazione e quale comunicazione per quale emigrazione?





Dalla stampa politicizzata alla stampa comunitaria

Prima dell’Unità

All’inizio del XIX secolo, la stampa legata all’emigrazione preunitaria è spesso “politicizzata” e connessa alle rivendicazioni di indipendenza

Dopo il 1861

Con la grande emigrazione cresce una stampa “coloniale”, più attenta alla vita delle comunità all’estero e al collegamento con l’Italia.



LE CARATTERISTICHE

Due funzioni, un equilibrio



1 • Continuità culturale

Mantenere il legame con la cultura d’origine: informare, unire, conservare memoria e tradizioni

2 • Inserimento

Favorire l’integrazione nella nuova società: aiutare a inserirsi, far sentire parte del territorio e contribuire alla cittadinanza

Una storia plurale, Paese per Paese



La stampa migrante non si sviluppa ovunque allo stesso modo.

Ogni contesto nazionale ne modella temi, linguaggi e funzioni.

Resta costante la doppia esigenza: restare in relazione con l'Italia e comprendere la società in cui si vive.

In Argentina


LA PATRIA

***La Patria*, dal 1876 al 1931**

La stampa accompagna una grande comunità immigrata, attraversata da patriottismo e solidarietà



Negli Stati Uniti

Il Progresso Italo-Americano (1880–1988)

La stampa si è confrontata con il pluralismo politico e processo accelerato di integrazione sociale


Il Progresso
Italo-Americano



In Brasile





***Fanfulla* dal 1893 al 2014**

La stampa segue la crescita delle comunità nelle aree urbane e agricole e svolge una funzione di mediazione con la società ospitante

LE COMUNITÀ D'OLTREOCEANO

Canada e Australia: lingua, riconoscimento, legami

Canada

In una società plurilingue e multiculturale, l'informazione mantiene un rapporto con l'italiano e valorizza il contributo degli italo-canadesi alla società locale

Australia

Nel secondo dopoguerra, la stampa aiuta i nuovi arrivati a seguire l'Italia, comprendere la società australiana e mantenere i legami comunitari









ALTRI CONTESTI

Africa: comunità e bisogni diversi

Nord Africa e Sudafrica

La stampa italiana presenta caratteristiche differenti rispetto a quelle nate nelle grandi comunità di emigrazione economica; in Egitto, Tunisia, Sud Africa si rivolge a comunità eterogenee di commercianti, professionisti, intellettuali e altri lavoratori italiani





Europa: i bisogni dei lavoratori



Europa

Testate e bollettini si rivolgono soprattutto ai lavoratori migranti del secondo dopoguerra:

La Squilla dal 1951 poi *Corriere d'Italia* in Germania dal 1964; *Sole d'Italia* in Belgio, *Nuovi Orizzonti-Emigrazione/Europa* in Francia, Belgio e Lussemburgo, *La Voce degli Italiani* nel Regno Unito e diverse testate e bollettini in Svizzera

Una voce per il lavoro e la dignità



Nel Primo e nel Secondo dopoguerra, molti emigrati italiani appartengono al mondo operaio e proletario.

La stampa migrante si fa promotrice delle loro rivendicazioni e denuncia soprusi, discriminazioni e violenze.

Obiettivo: tutelare concretamente i diritti degli italiani all'estero e contrastare l'esclusione dal lavoro.

Costruire coscienza collettiva

I giornali contestano le rappresentazioni degli italiani come minaccia per la sicurezza, l'ordine o l'identità nazionale del Paese ospitante.

In alternativa all'assimilazione intesa come rinuncia alla lingua e alla cultura d'origine, la stampa:

- forma coscienze;
- contrasta l'individualismo;
- dà voce a una collettività;
- rafforza legami e partecipazione



Raccontare vite, società e trasformazioni

Storie di vita

Operai, famiglie, artisti, animatori associativi, imprenditori e politici

Informazione

Notizie sociali, culturali, sindacali e politiche, religiose

Immagine dell'Italia

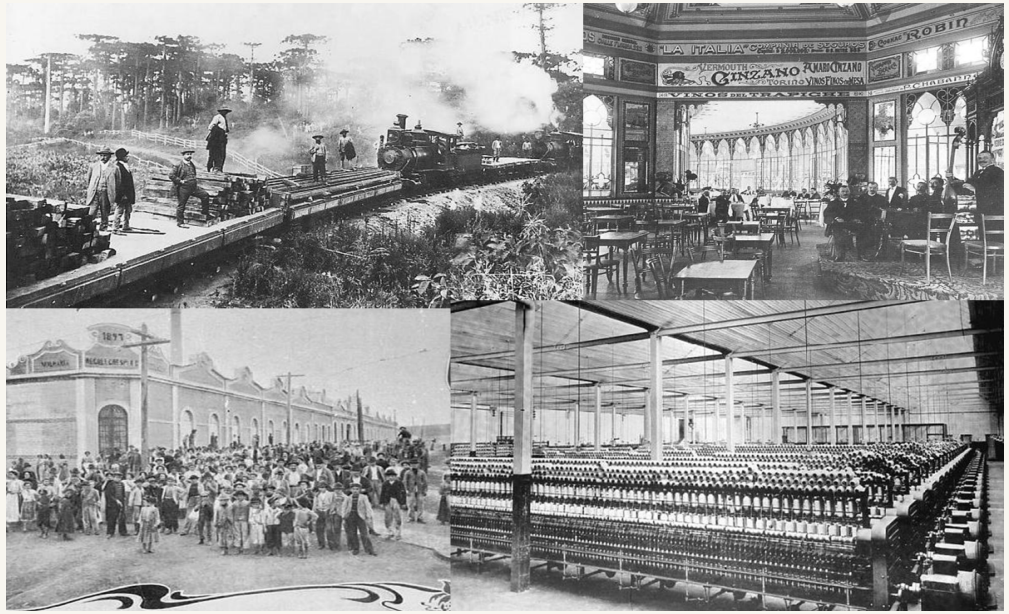
Una rappresentazione più problematizzata, meno trionfalistica e più fedele all'evoluzione del Paese

Temi dell'emigrazione

Integrazione, scuola, identità delle nuove generazioni e associazionismo

Nuove generazioni

Rinnovare i legami superando i luoghi comuni sull'identità



La stampa cattolica di emigrazione

Soprattutto in Europa, la stampa delle missioni cattoliche ha aiutato individui e famiglie a superare difficoltà e a integrarsi.

Ha raccontato la storia “dal basso”: quotidianità, esperienze ordinarie e legami comunitari.

In anni di limitata presenza delle istituzioni e dei grandi media, ha garantito informazioni e connessioni tra componenti sociali, culturali e religiose.



Riduzione quantitativa

Nel mondo scalabriniano: 32 periodici a fine anni ’90; 9 dopo circa 40 anni

Un’offerta multisettoriale

Riviste scientifiche e bollettini informativi per leggere la mobilità

Mettere in relazione identità diverse

Mobilità strutturale

Le migrazioni accompagnano i cambiamenti economici, sociali e culturali delle società

Confini e diritti

La mobilità delle persone è più limitata di quella di capitali e servizi; la sicurezza è invocata per negare diritti

Ruolo dei media

Le rappresentazioni mediatiche possono moltiplicare stereotipi e generalizzazioni

Comprendere l'altro richiede la consapevolezza dei propri presupposti culturali: la propria visione del mondo non è l'unica possibile.



Dalla stampa di nicchia a una comunicazione aperta

L’emigrazione non è un mondo separato: nuove generazioni e nuove migrazioni sono meno legate a un localismo nostalgico e più attente al contesto in cui vivono.

La lingua italiana non deve essere soltanto eredità affettiva: può essere memoria, cultura e strumento per raccontare l’Italia contemporanea — arte, storia, scienza, economia e vita sociale.

Occorre ri-avvicinare gli italiani nel mondo e gli italiani in Italia.



La sfida non è soltanto tecnologica o finanziaria: riguarda forme, contenuti e relazioni

Comunicare significa incontrarsi, conoscersi e interagire: avvicinare le distanze e costruire nuove identità collettive

Rinnovare la stampa con canali digitali, social e interattivi, mantenendo al centro le persone

P. Lorenzo Prencipe • Presidente Fondazione CSER ETS