

CRISTOPHER CEPERNICH

L'UNIONE EUROPEA E L'ITALIA NELLA PROSPETTIVA DI UNA SOCIETÀ MEDITERRANEA DELLA COMUNICAZIONE E DELL'INFORMAZIONE

È con pesante ritardo che i paesi dell'Europa mediterranea e l'Unione Europea hanno compreso l'importanza delle politiche per lo sviluppo dei sistemi mediatici nel Mediterraneo. In seguito alle pressanti spinte globalizzanti, la necessità di tali politiche di sviluppo cooperativo sembra manifestarsi sotto due forme principali: la prima legata a tutto quanto è connesso alla costruzione e alla diffusione di un'idea condivisa di mediterraneità (Affaya, 2004), cioè di un *immaginario collettivo* che unisca nelle rispettive diversità i popoli del Mediterraneo, a maggior ragione in un contesto di recrudescenza dei conflitti di matrice etnica e culturale come quello presente (Ragionieri e Schmidt di Friedberg, 2003). Come annota infatti Michele Capasso (1996, p. 122), se è vero che nel Mediterraneo non esiste una «unità delle coscienze [...] esiste però la consapevolezza d'una appartenenza comune, il riconoscimento e talvolta l'orgoglio di questa: un legame profondo che, pur ripudiato, indissolubilmente rimane». In più di un'occasione Predrag Matvejević (1996, p. 14; 1998, p. 30) si è domandato se il Mediterraneo esista al di là del nostro immaginario, ma è lo stesso autore di *Mediterraneo. Un nuovo breviario* a rilevare come questo immaginario, fiaccato da stereotipi e mitologie, sia appannaggio pressoché esclusivo di intellettuali, letterati e «addetti ai lavori» a vario titolo.

La seconda forma concerne invece tutto quanto è connesso alla formazione di una *opinione pubblica mediterranea*. Si tratta, anche in questo caso, di un processo assai complesso i cui effetti sono osservabili nel lungo periodo: si pensi soltanto a quanto tempo è occorso perché si possa oggi discutere di una opinione pubblica europea.

Alla luce di questa duplice declinazione i *media* – in particolare la televisione, ma per altri versi anche la rete Internet – vanno considerati come una variabile fondamentale. Come osserva, tra i tanti, Ulf Hannerz (1992, p. 26), oggi una parte consistente dei flussi di significato presenti nella nostra società passa attraverso i *media*, i quali come macchine produttrici di senso (*machinaries of meaning*) si impongono come strumenti chiave di diffusione e produzione culturale. Di seguito proveremo ad analizzare i principali attori protagonisti di questo processo: i «paesi terzi», l'Unione Europea e l'Italia.

I paesi terzi mediterranei: le distanze da colmare. – Al di là di ogni possibile ingenuità, perché si possa innescare un processo reale di formazione di una opinione pubblica mediterranea diventa prioritario affrontare, con adeguate politiche di cooperazione,

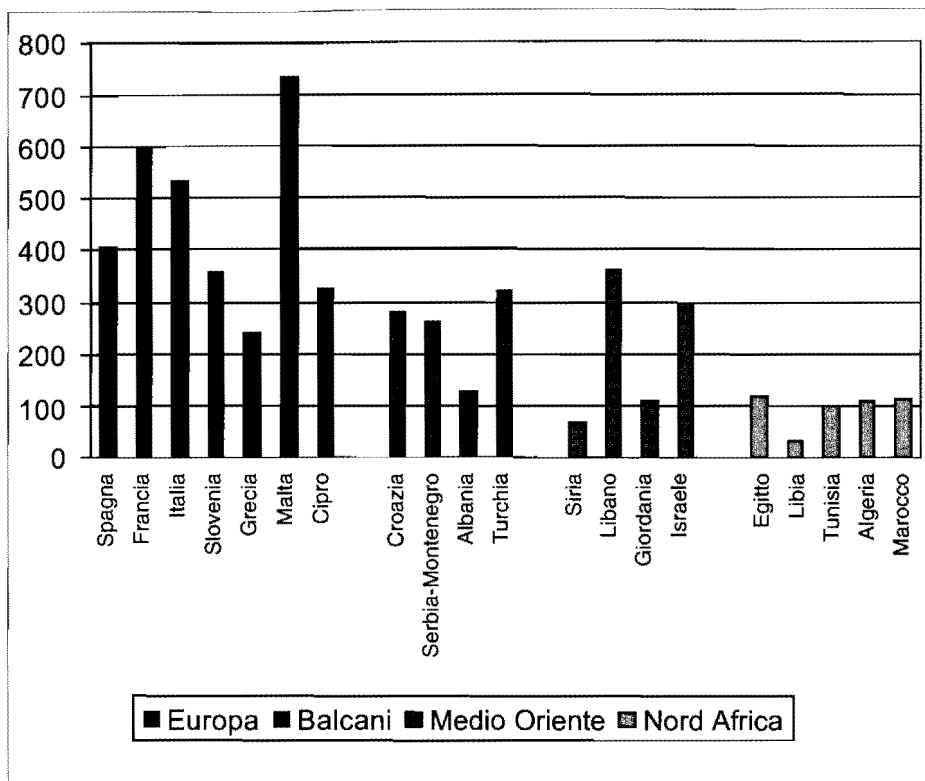


Fig. 1 – *La diffusione degli apparecchi televisivi nell'area del Mediterraneo (per 1.000 ab.)*

Fonte: dati ONU (<http://www.cyberschoolbus.un.org>)

i problemi derivanti dai numerosi ritardi strutturali che affliggono le rive Est e Sud della regione. Possiamo schematizzare le questioni più urgenti come segue.

Il *gap* di sviluppo dei *media* esistente tra paesi euromediterranei e «paesi terzi». Come si può vedere dai grafici riportati, esiste un divario profondo nel grado di sviluppo dei sistemi mediatici tra l'Euromediterraneo e il Levante balcanico, il Nordafrica maghrebino e il Vicino Oriente (l'area definita «Medio Oriente» nella pubblicistica internazionale e giornalistica).

Per quanto concerne, per prima cosa, la televisione, il semplice dato relativo al numero di apparecchi televisivi presenti nei diversi paesi mostra con tutta evidenza l'entità del *gap* tra le sponde (fig. 1). Al più alto livello per la diffusione di televisori ci sono i paesi euromediterranei: per ogni mille abitanti, in Italia si contano 527 apparecchi televisivi, addirittura 593 in Francia con la punta eccezionale di 731 a Malta. I Balcani si confermano anche da questo punto di vista come un'area in piena fase di transizione, caratterizzandosi con livelli medi di sviluppo mediatico.

Il *gap* con l'Euromediterraneo diventa assai più consistente quando si considerano il Vicino Oriente e, soprattutto, l'Africa settentrionale. Il Vicino Oriente presenta valori assai contrastanti: 108 televisori per 1.000 abitanti in Giordania e soli 68 in Siria, a fronte

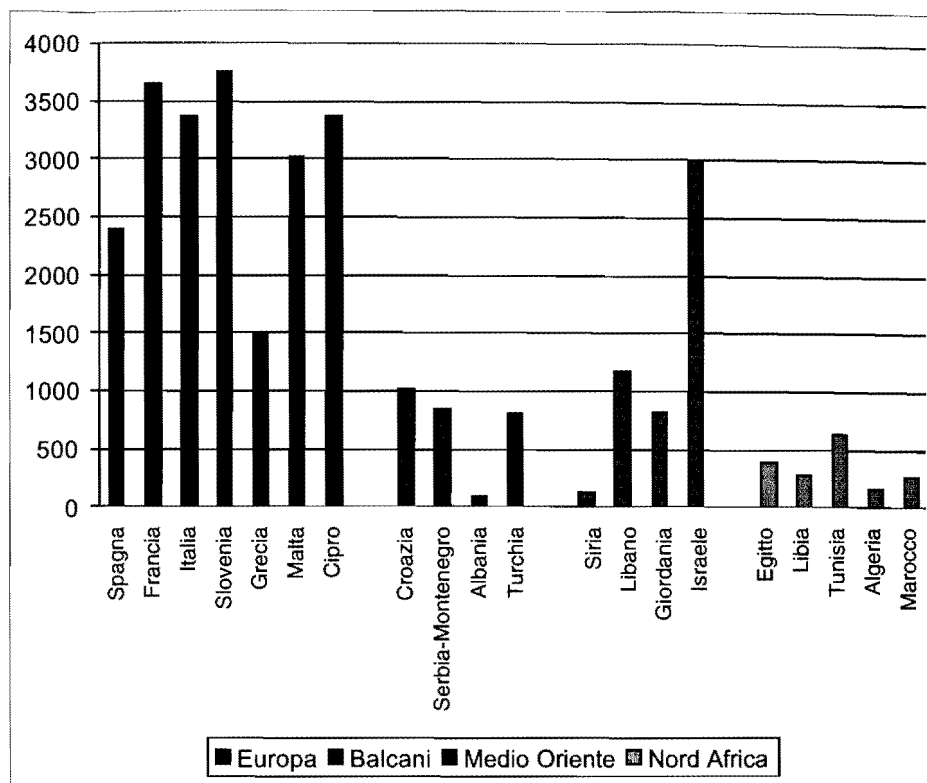


Fig. 2 – Gli utenti di Internet nell'area del Mediterraneo (per 10.000 ab.)

Fonte: dati ONU

di valori assai più alti in Israele (299) e ancor più in Libano (357). La diffusione di apparecchi televisivi decresce ancora per quanto riguarda l'area africana: si parte da 120 televisori in Egitto per arrivare a 29 in Libia.

La marcata differenza nel grado di sviluppo del sistema mediatico tra le sponde trova inflessibile conferma se si confronta il numero di fruitori della rete Internet. Ne emerge un Mediterraneo spaccato dal *digital divide* con un elevato numero di internauti nei paesi euromediterranei, Levante e Balcani in ritardo ma in recupero, Vicino Oriente e Maghreb in cronico ritardo (fig. 2).

Secondo le più recenti stime dell'ONU, la Slovenia neoconfederata all'Unione è con i suoi 3.757 internauti su diecimila abitanti il paese con il maggior numero di fruitori della rete, seguita dalla Francia con 3.656; vengono poi Cipro (3.371), seguita dai 3.366 internauti italiani, quindi maltesi, spagnoli, e greci ancora in coda. Nell'area balcanica fanno da debole contraltare i 1.014 internauti della Croazia, mentre in Albania se ne contano solo 97.

Il *digital divide* si accresce quando si osservano i dati del Vicino Oriente: specie in Siria (129) e Giordania (833), con le solite eccezioni del Libano (1.171) e soprattutto di Israele (3.014). Sulla sponda nordafricana il problema appare patologico.

Il basso livello di democratizzazione e pluralismo nei sistemi mediatici dei «paesi terzi». Sebbene con caratteristiche peculiari e le atipicità del caso, sia i Balcani sia il Vicino Oriente e il Maghreb presentano problemi di questa natura. Consideriamo brevemente alcuni casi che possono risultare paradigmatici per le diverse aree: prendiamo perciò il caso di Croazia, Libano e Algeria.

Attualmente i sistemi informativi dei paesi balcanici stanno subendo rilevanti trasformazioni: si sta verificando il passaggio dalla fase della manipolazione messa in atto dai regimi nazionalisti prima e subito dopo i conflitti etnici degli anni Novanta del Novecento (quando i *media* erano il principale strumento di «costruzione» dell'odio tra etnie) alla fase di lento e macchinoso riconoscimento delle libertà d'opinione. Ciò avviene attraverso la limitazione del potere di controllo diretto su televisione e stampa da parte della politica e dei potentati economici a essa collegati. In questo senso, il caso della televisione in Croazia è chiarificatore. Dopo la scomparsa dell'ex presidente Franjo Tudjman, e soprattutto in seguito alle spinte del governo socialdemocratico guidato dall'ex *premier* Ivica Račan tra il 2000 e il 2003, la televisione croata ha compiuto progressi apprezzabili: da televisione di Stato/partito sta affermandosi come televisione a vocazione pubblica. L'informazione televisiva, per esempio, ha visto diminuire significativamente le notizie di protocollo di fonte politico-istituzionale, a vantaggio di temi concreti e di maggior interesse per i cittadini (si veda <http://www.osservatoribalceni.org>), anche se per molti versi i tre canali di HRT restano ancora un'arma potente a disposizione del governo e ancora si verificano pesanti ingerenze dei politici sul lavoro dei giornalisti.

Va sottolineato che la TV nazionale croata ha definitivamente rinunciato al monopolio delle trasmissioni, aprendosi così alle regole della libera concorrenza sia in fatto di informazione sia, dato non irrilevante, di introiti pubblicitari: dal 2000 infatti ha licenza di trasmettere Nova Tv mentre, nella primavera del 2004, è entrata sul mercato anche la tedesca RTL. Soprattutto questa seconda concessione ha ottenuto di scatenare una battaglia degli ascolti fino a quel momento sconosciuta. Va infine ricordato che, da febbraio 2004, è nato il *network* Balkan News, la cosiddetta «CNN balcanica». Si tratta di una rete di televisioni private con base in diversi paesi della regione, che potrebbe rappresentare una nuova opportunità di dialogo tra i popoli di un'area tormentata dai postumi del cruento conflitto etnico degli anni Novanta. Si argomenterà più esaurientemente in seguito a proposito di come la nascita dei canali televisivi transnazionali e la diffusione delle antenne satellitari, che hanno consentito di captare canali degli altri paesi, abbia radicalmente modificato il rapporto tra informazione e *leaderships* politiche producendo, in molti casi, la crisi dei più ingenui meccanismi di controllo.

Il Libano invece è un caso emblematico delle contraddizioni che caratterizzano il Vicino Oriente. Qui è presente, come s'è visto, uno dei sistemi mediatici più sviluppati di tutta la regione, nonostante i soli 3 milioni di abitanti e la recente guerra civile che lo ha dilaniato. L'atipicità del Libano si fonda su ragioni storiche: esso infatti è il solo paese arabo dove per circa vent'anni (dagli anni Cinquanta fino alla metà dei Settanta del secolo passato) le istituzioni democratiche hanno realmente funzionato e hanno favorito lo sviluppo di una informazione libera. Come scrive Augusto Valeriani, «questo contesto politico ha reso il Libano per molto tempo la Mecca della libertà d'espressione, con un fiorire incredibile di case editrici e testate giornalistiche finanziate da esponenti politici di altri Stati arabi e indirizzata a cittadini di altre nazioni» (Valeriani, 2005, p. 22). Il sistema mediatico del «paese dei cedri» si presenta oggi come estremamente frammentato, almeno quanto lo è il sistema politico: vi si trova una miriade di organi di stampa, radio, televisioni che sono al servizio dei diversi gruppi politici e religiosi e che sono espressione dei 17 gruppi etnici che ne compongono il delicato quadro

sociale e istituzionale. Perciò, a un'elevata presenza di apparecchi televisivi nelle case dei libanesi fa riscontro una grande quantità di canali televisivi i quali, tuttavia, sono sotto il controllo delle forze politiche (partiti e movimenti) e religiose che li possiedono. Quasi ogni gruppo religioso e ogni partito politico possiede una rete televisiva di riferimento: la LBC, per esempio, primo gruppo mediatico privato del paese nato durante la guerra civile a opera delle forze antisiriane; Al-Manar che fa capo agli Hezbollah; Al-Mustaqbal di Rafiq Hariri, ex *premier* sunnita da poco ucciso in un attentato a Beirut; la NBN di Nabih Barri, *leader* del movimento sciita Amal e presidente del Parlamento; New Tv della comunità dei sunniti del Sud e molte altre. Non soltanto: in Libano, come su pressoché tutta la sponda Sud del Mediterraneo, l'introduzione delle reti televisive transnazionali in lingua araba (Al Jazeera, Al Arabia, Abu Dhabi Tv eccetera) e la proliferazione delle antenne paraboliche, attraverso le quali si captano anche i canali dei paesi stranieri, stanno conducendo alla crisi di quel modello di controllo dell'informazione definito del tipo «ti stacco la spina» (*ibidem*, p. 105). È questo un primo passo fondamentale nella direzione di un allargamento della sfera pubblica nelle società arabe, premessa indispensabile per parlare di «pubblica opinione».

Infine il caso dell'Algeria: qui non esistono televisioni private. Il monopolio pubblico del sistema radiotelevisivo è sancito dal Codice sull'Informazione del 3 aprile 1990 che, se formalmente apre la via alla stampa privata, in sostanza ribadisce il monopolio dello Stato sulle frequenze TV. L'offerta televisiva algerina è perciò di due tipi: pubblica e satellitare, anche se, come spiega Khaled Fouad Allam (2005, p. 17), nel mondo arabo le televisioni satellitari sono il risultato di una commistione tra pubblico e privato, perché «in questi Paesi lo Stato si confonde con le grandi famiglie portatrici di capitale». I tre canali nazionali presenti sul territorio sono quindi tutti di proprietà dello Stato. La Chaîne Locale, il primo canale, trasmette con una copertura di circa il 20% del territorio soprattutto nel Nord del paese e via satellite con circa 50 nodi locali; Canal Algérie è una rete generalista creata nel 1994 per essere un «legame culturale con la comunità algerina residente all'estero» (1); Thalitha Tv (il Canale 3) trasmette esclusivamente in lingua araba.

La realtà dell'emittenza televisiva è, dunque, sotto lo stretto controllo del presidente Bouteflika, che di recente ha risposto alle richieste di apertura ai privati, avanzate dall'opposizione, con un programma di ulteriore espansione della TV di Stato. L'informazione è strettamente vincolata all'attività di governo. Basti pensare che il telegiornale della sera va in onda a reti unificate e di solito molto spazio è riservato a dar conto delle attività presidenziali. È prassi, inoltre, che il dopo-TG contenga uno spazio dedicato ai discorsi del presidente.

Anche nel caso dell'Algeria, come si è visto per i Balcani e il Vicino Oriente, una parte significativa del consumo televisivo avviene via satellite, importante fonte d'informazione disponibile sin dal 1987. Secondo alcune stime, vi ha accesso circa il 60% della popolazione.

Le avversarie più temibili della TV di Stato sono le reti francofone e quelle arabe come Al Arabia e Al Jazeera. Dal 30 giugno 2004, i notiziari di quest'ultima non riportano notizie dall'Algeria a causa di un provvedimento governativo che impedisce le attività dei corrispondenti dell'emittente con il pretesto di una presunta riorganizzazione dei

(1) Si vedano le dichiarazioni di Salim Rebbahi, direttore di Canal Algérie (<http://www.canalalgerie.dz/chaine/historique.php>).

giornalisti esteri nel paese ⁽²⁾. Diverso è il caso di reti satellitari lanciate da algerini residenti all'estero: sono da menzionare in particolare BRTV, televisione in lingua berbera nata nel 2000 con sede in Francia, indirizzata al pubblico berbero che si trova prevalentemente in Algeria, e il tentativo di televisione privata lanciata dall'imprenditore algerino Rafik Khalifa nel 2003. Un esperimento ambizioso che ha avuto vita breve: soltanto sei mesi.

Attualmente, nonostante la minaccia dei gruppi armati islamisti sia meno pesante (secondo Reporters sans Frontières, 57 giornalisti sono stati assassinati tra il 1993 e il 1996, gli anni neri della guerra civile) e il modello di controllo politico dell'informazione del tipo «ti stacco la spina» sembri perdere in efficacia, i giornalisti algerini sono ancora lontani dal poter esercitare liberamente il loro mestiere. Ogni giorno subiscono intimidazioni, pressioni di vario tipo, aggressioni e persecuzioni giudiziarie che provengono principalmente da notabili, uomini d'affari locali o ancora dai delegati degli *Aarchl* (comitati di villaggio cabili). I professionisti dei *media* devono perciò confrontarsi quotidianamente con la censura e l'autocensura. Inoltre gli argomenti tabù restano ancora numerosi: i diritti umani, l'influenza dei generali e così via.

Il Programma MEDA dell'Unione Europea ha finanziato un progetto, avviato nel 2001 con una dotazione di 1,53 milioni di euro per una durata di 4 anni e mezzo, che si propone di rafforzare il ruolo della stampa privata indipendente in Algeria, quale passaggio verso la democratizzazione della società. In particolare, il progetto mira a ridefinire il sistema informativo algerino mediante l'adozione di uno *status* professionale riconosciuto ai giornalisti, l'elaborazione di un contratto collettivo per il settore della stampa e l'approvazione di un codice deontologico.

L'Unione Europea e la nascita del Partenariato Euromediterraneo. – Con ritardo, lentezze e inefficienze, l'Unione Europea sembra aver cominciato a predisporre politiche di sviluppo e cooperazione per i *media* «nel» Mediterraneo e «per» il Mediterraneo. È unanimemente riconosciuto che a fungere da spartiacque nelle politiche per il Mediterraneo post-Guerra Fredda è stata la Conferenza Interministeriale di Barcellona 1995, con la conseguente istituzione del Partenariato Euromediterraneo. Si è aperta allora una nuova fase nelle relazioni tra le sponde. Se da una parte è vero che la *Dichiarazione di Barcellona* definisce le questioni mediterranee prevalentemente in termini di sicurezza, e che per affrontarle punta soprattutto su iniziative economiche, dall'altra essa ha il merito di aver definito per la prima volta in un documento programmatico le linee di sviluppo tra paesi euromediterranei e paesi terzi, prevedendo esplicitamente come obiettivo anche lo sviluppo dell'aspetto sociale e culturale della cooperazione euromediterranea.

Gli strumenti principali della cooperazione decentrata nell'ambito del cosiddetto «terzo pilastro» (appunto quello socioculturale) su cui si regge il Partenariato sono i quattro programmi MED attivi in ambito socioculturale, cioè: *MED-Campus*, *MED-Media*, *MED-Urbs* e *MED-Migrazione*, lanciati già nel 1992, anche se con esiti ancora non soddisfacenti.

(2) All'origine di questo provvedimento si trova l'ormai storico «caso Al Jazeera»: la notte del 27 gennaio 1999, la maggior parte del pubblico televisivo algerino seguiva un programma di approfondimento dell'emittente del Qatar sulla guerra civile in Algeria. Invitati a discutere in diretta di questo erano un diplomatico dissidente nonché giornalista in esilio e un esponente della sinistra di governo. Subito il dibattito si animò e la discussione tra i due si accese. All'improvviso scattò un *black out* in tutta la città di Algeri: il governo algerino sospese l'erogazione di energia elettrica nelle principali città per impedire la ricezione del programma.

Tra le altre cose, allo scopo di avviare una strategia comunicativa utile a conferire la dovuta visibilità mediatica al Partenariato e diffonderne la conoscenza, la Conferenza di Barcellona ha previsto l'istituzione della prestigiosa Fondazione Laboratorio Mediterraneo. Per statuto essa «promuove il dialogo tra i popoli che convergono nello spazio euromediterraneo, con particolare riguardo all'Est europeo, al Sud-Est europeo ed ai Paesi della sponda Sud che, per vicende storiche, sono rimasti, negli ultimi secoli, in una posizione secondaria sul piano della politica internazionale» (si veda <http://www.euromedi.org>). La Fondazione afferma inoltre l'importanza di dare «visibilità e rappresentatività» al dialogo tra le società e le culture nello spazio mediterraneo. Nel quadro di queste strategie rientrano attività quali la realizzazione di rassegne sul cinema dei paesi dell'Europa centro-orientale e dei paesi arabo-mediterranei. Tra queste va segnalato almeno il progetto *CinemaMed*, attraverso il quale si sono realizzati un festival itinerante del cinema mediterraneo e corsi di alta formazione per le professioni legate al cinema; ma anche l'attribuzione, dal 1996, del «Premio internazionale Laboratorio Mediterraneo» assegnato nel corso del *Trieste Film Festival* al miglior cortometraggio che promuove il dialogo tra società e culture dell'Est e quelle del Mediterraneo; la realizzazione di pubblicazioni editoriali e multimediali eccetera.

Particolarmente importante, in questo senso, è l'attività di creazione di eventi in grado di attirare l'attenzione dei *media* sui temi che la Fondazione intende promuovere: l'organizzazione dei «forum civili Euromed» e delle «conferenze euromediterranee», l'attribuzione del «Premio Mediterraneo» (nelle diverse sezioni: «Pace», «Cultura», «Arte», «Istituzioni», «Diplomazia», «Informazione») ⁽³⁾, la redazione e promozione di «appelli per la pace e per la salvaguardia dell'ambiente, del territorio, delle risorse e delle culture nello spazio euromediterraneo» ⁽⁴⁾ e molto altro.

La V Conferenza dei ministri degli Affari Esteri del Partenariato Euromediterraneo, tenutasi a Valencia nell'aprile 2002, ha adottato un piano d'azione che ha previsto l'avvio di una serie di iniziative concrete di partenariato per le tre componenti della cooperazione euromediterranea. Per quanto concerne in particolare l'asse sociale, culturale e umano, il piano d'azione è stato articolato in tre filoni: gioventù (da attuare attraverso il programma *Euromed Gioventù*), istruzione (estendendo il programma *Tempus* ai *partners* mediterranei) e infine proprio mezzi d'informazione e opinione pubblica attraverso il lancio di un programma regionale, in materia di informazione e comunicazione, che ha lo scopo di stimolare e promuovere la partecipazione del massimo numero possibile di soggetti al processo euromediterraneo basato sugli ideali della democrazia, della cultura e della tolleranza. Ancora una volta, occorre attendere questi impegni scritti alla prova dei fatti.

Infine va segnalato che il 22 e 23 marzo del 2004 si è insediata ad Atene l'Assemblea Parlamentare Euromediterranea. Nata dalla istituzionalizzazione del Forum Parlamentare Euromediterraneo, istituito su iniziativa del Parlamento Europeo su istanza della *Dichiarazione di Barcellona*, l'Assemblea intende favorire il «dialogo parlamentare» euromediterraneo permettendo «a rappresentanti eletti degli Stati *partners* uno scambio di opinio-

(3) Tra gli assegnatari citiamo Kiro Gligorov, Juan Carlos I di Spagna, Hassan II del Marocco, Hussein Bin Talal di Giordania, Maria Grazia Cutuli, Julio Fuentes, Marcello Gigante, Paolo Bufalini, Noa, Moni Ovadia, Lea Rabin eccetera.

(4) Si ricordino, tra gli altri, l'*Appello per la pace in ex Jugoslavia* (1994), l'*Appello per l'Acqua* (1995), l'*Appello per l'Albania* (1997) e quelli per il Kosovo (1999) e per la Palestina (2001 e 2002), fino all'*Appello per la salvaguardia del Mediterraneo* (2002) e per la pace contro la guerra permanente (2003).

ni su un'ampia gamma di problemi» (si veda <http://www.senato.it>). È composta da 240 membri: 120 sono designati dai paesi *partners* mediterranei, 45 dal Parlamento Europeo e 75 dai Parlamenti nazionali degli Stati membri. L'Assemblea è organizzata in 3 commissioni di 80 membri, ciascuna delle quali si occupa di uno dei tre capitoli in cui è diviso il Partenariato Euromediterraneo: politico e di sicurezza; economico-finanziario; sociale, culturale e umano. In occasione della prima riunione di Atene, l'Italia è stata designata alla presidenza della Commissione cultura (carica della durata naturale di due anni).

L'Italia nel ruolo di «paese guida»? – È evidente che oggi il flusso transnazionale di informazioni (che passa per i canali televisivi satellitari, Internet eccetera) sta trasformando radicalmente le società della sponda Est e della sponda Sud del Mediterraneo. Se negli anni Novanta studiosi come Armand Mattelart (1994), Arian Appadurai (1996) e altri osservavano come questo flusso si muovesse in una sola direzione – cioè dalle grandi agenzie di informazione occidentali e secondo modelli prevalentemente americani verso il resto del mondo – oggi la direzione dei flussi comunicativi globali sembra aver raggiunto un più alto grado di eterodirezionalità. L'esperienza di Balkan News Network, ma soprattutto quelle di Al Jazeera e Al Arabia dimostrano che l'Occidente sta progressivamente perdendo il «monopolio della verità» (Valeriani, 2005, p. 100) informativa. Non si tratta certo di una resa senza condizioni, se è vero, come è vero, che l'amministrazione Bush ha allo studio un progetto di lancio di una rete TV via satellite in lingua araba per l'Europa. La rete, che si chiamerà Al Hurra, trasmetterà 24 ore su 24 avendo come *target* le comunità islamiche europee, Francia e Germania in testa ⁽⁵⁾. D'altra parte è un dato di fatto che la nascita di Al Jazeera e Al Arabia abbia favorito lo sviluppo dell'asfittica sfera di società civile presente nei paesi arabi e prodotto il consolidamento di una arena pubblica, accelerando la crisi di legittimità di quelle *leaderships* politiche che attuano un controllo oppressivo e repressivo sull'informazione. Questo è perciò anche lo spazio che si apre alla costruzione di un dialogo intermediterraneo, che può (e deve) progredire nella direzione di far emergere un pur embrionale spazio pubblico mediterraneo, con il suo immaginario collettivo e con la sua opinione pubblica consapevole. Sono perciò i *media* transnazionali che giocano un ruolo fondamentale nella costruzione, anche in campo culturale, di quella che economisti e geografi chiamano «scala mediterranea».

In questa direzione, va rimarcata l'azione della televisione pubblica italiana (la RAI) che il 26 aprile del 2001 ha varato Rai Med, canale satellitare digitale in chiaro, diffuso in Europa e nella sponda settentrionale dell'Africa, con particolare riferimento all'area del Maghreb. Il canale nasce dalla collaborazione tra Rai News 24, Tg3 e Rai Sat e offre l'intero palinsesto base di Rai News 24 con inserti in lingua araba, più un palinsesto di tre ore serali, dalle 21 alle 24 (replicato la mattina successiva dalle 6 alle 9), appositamente sottotitolato o tradotto in arabo. Il palinsesto comprende l'edizione serale del Tg3, *fiction*, documentari e intrattenimento provenienti da Rai Sat, *reportages* realizzati da e per la testata del Tg3 *Mediterraneo*, rubriche di Rai News 24 come *Macrosfera*, *Atlante*, *Worldisplay*, *Decoder*, *Natura*. Rai Med nasce in seguito alla richiesta-accordo dei paesi che fanno parte del Segretariato Internazionale per le Comunicazioni nel Mediterraneo che ha sede a Palermo: da qui l'interesse per uno strumento utile all'integrazione culturale mediterranea e che sia di stimolo alla reciproca conoscenza e al dialogo multiculturale per la cooperazione multiethnica.

(5) Fonte: Agenzia stampa ANSamed.

La RAI produce inoltre alcuni *magazines* legati all'attività delle sedi giornalistiche regionali, che raggiungono eccellenti risultati in termini di qualità del prodotto informativo intorno al Mediterraneo. Nel 1993 sono iniziate le trasmissioni di *Mediterraneo* (si veda <http://www.mediterraneo.rai.it>), riuscitissimo esempio di televisione transfrontaliera e di cooperazione internazionale nell'ambito dell'informazione. La trasmissione, una puntata settimanale per la durata di 30 minuti, è coprodotta da RAI, France 3, RTVE e con l'apporto della Televisione della Svizzera Italiana, ed è interamente realizzata presso la redazione di Palermo. *Mediterraneo* è quindi un *magazine* della testata giornalistica regionale siciliana, che si propone di coniugare differenze culturali dell'area nella prospettiva del dialogo fra culture del Nord e del Sud del mondo grazie anche all'originale redazione mista. In funzione di accordi internazionali, il settimanale viene diffuso in Spagna, Svizzera, Slovenia, Marocco, Algeria, Grecia, Giordania, Libano e Palestina, cui vanno aggiunti i circuiti satellitari francese, italiano, spagnolo, marocchino, grazie ai quali è visibile anche in America Latina, nei paesi francofoni d'oltreoceano e in buona parte del mondo arabo.

Nella stessa direzione lavora anche *Levante* (<http://www.levante.rai.it>), la rubrica di approfondimento giornalistico dedicata ai rapporti tra l'Italia e i paesi dell'area balcanica e del Mediterraneo orientale. Varata nel 2003, è realizzata nella redazione della TGR di Bari e diffusa oltre confine da Rai Med; e poi ancora *Europa* (<http://www.europa.rai.it>) che, pur avendo come riferimento prioritario temi, eventi, tradizioni, arte e politica dell'Unione, non di rado fornisce informazioni e sguardi originali sui principali problemi e sugli aspetti peculiari delle culture euromediterranee.

La RAI non è tuttavia la sola grande agenzia italiana di comunicazione e informazione che lavora nell'ottica di colmare il grave vuoto di comunicazione nell'area del Mediterraneo. Nel 2004 l'Agenzia stampa ANSA ha inaugurato la sezione ANSAMED (<http://www.ansamed.info>), con l'obiettivo non solo di offrire il *coverage* degli eventi di grande rilevanza, ma di essere un collettore che integra a questi notizie fornite dai *media* locali grazie a una fitta rete di corrispondenti e collaboratori nei 22 paesi del bacino. Con sede a Napoli, ANSAMED fornisce un notiziario di oltre 100 *news* al giorno in lingua italiana e inglese (in un futuro prossimo anche in arabo). Oltre al notiziario, ANSAMED è un portale *on line* che mette a disposizione informazioni di servizio e *links* per gli operatori dell'informazione, imprenditori e istituzioni che hanno interessi nell'area.

Per chiudere: l'attività di promozione delle fondazioni che qui hanno sede, il ruolo di *leadership* nel favorire la cooperazione nel campo della formazione e della ricerca, l'assegnazione a Palermo del Segretariato per le Comunicazioni nel Mediterraneo, l'assegnazione fino al 2006 della presidenza della Commissione cultura in seno all'Assemblea Parlamentare Euromediterranea, il fiorire di rassegne cinematografiche e manifestazioni culturali varie, portatrici di un autentico immaginario mediterraneo, e poi il varo di un canale satellitare dedicato, *magazines* televisivi, un'agenzia stampa macroregionale: sembra davvero di poter concludere che, all'interno delle più ampie strategie europee, l'Italia voglia assumere un ruolo di «paese guida» verso la costruzione di una società mediterranea della comunicazione e dell'informazione.

REFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AFFAYA M.N., *Mediterraneidad, identidad y medios de comunicación*, in «Med. 2003. Anuario del Mediterráneo», Barcellona, 2004, pp. 62-65.

- APPADURAI A., *Disgiunzione e differenza nell'economia culturale globale*, in M. FEATHERSTONE (a cura di), *Cultura globale: nazionalismo, globalismo e modernità*, Roma, SEAM, 1996, pp. 25-41.
- CAPASSO M., *Tante immagini riflesse in un solo mare*, in ISTITUTO PER LA COOPERAZIONE UNIVERSITARIA (1996), pp. 121-124.
- FOUAD ALLAM K., *La crisi libanese vista dalle tv arabe*, in «La Repubblica», Roma, 3 marzo 2005.
- HANNERZ U., *Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning*, New York e Oxford, Columbia Press, 1992.
- ISTITUTO PER LA COOPERAZIONE UNIVERSITARIA, *«Pace, sviluppo e cooperazione nel Mediterraneo. Il ruolo delle università». Atti del 4° Colloquio internazionale sulla cooperazione universitaria con i paesi in via di sviluppo (Palermo e Catania, 13-16 marzo 1996)*, Firenze, Le Monnier, 1996.
- MATTELART A., *La comunicazione mondo*, Milano, Il Saggiatore, 1994.
- MATVEJEVIĆ P., *Alternative mediterranee*, in ISTITUTO PER LA COOPERAZIONE UNIVERSITARIA (1996), pp. 10-15.
- MATVEJEVIĆ P., *Il Mediterraneo e l'Europa. Lezioni al Collège de France*, Milano, Garzanti, 1998.
- RAGIONIERI R. e O. SCHMIDT DI FRIEDBERG, *Culture e conflitti nel Mediterraneo*, Trieste, Asterios, 2003.
- VALERIANI A., *Il giornalismo arabo*, Roma, Carocci, 2005.

EUROPEAN UNION AND ITALY IN THE PERSPECTIVE OF A MEDITERRANEAN SOCIETY OF COMMUNICATION AND INFORMATION. – European Union and the Countries of the Mediterranean area have understood with a massive delay the importance of the policies for media systems development. Media, as «machinaries of meaning», are the leading actors in the building of a real mediterranean public opinion and constructing a shared imaginary around the Mediterranean. This essay analyses the role of the most important actors who contributed to start this process: Third Mediterranean Countries, EU and Italy. First of all, TMC have to bridge the development gap between their mediatic systems and the Euromediterranean ones, in terms of digital divide and democratization. To do that, transnational tv channels are playing a very important role, for example Al Jazeera e al Arabia in the arab Countries. As a consequence, today the direction of the information flows seems to be much more eterodirectional. EU, from Barcelona 1995, although slowly and ineffectively, seems to be started to pass policies of mediatization in a perspective of cultural integration. At last, Italy: sometimes it seems to take on the role of guide-country for cultural and mediatic policies, other ones it is not clear if it really wants to play that part.

Università di Torino, Dipartimento di Studi Politici

cristopher.cepernich@unito.it