

CARTA PROGRAMMATICA DELLA COMUNITA' RADIOTELEVISIVA ITALOFONA

La "Carta programmatica" è intesa a complemento dei nuovi Statuti approvati a Lugano (Svizzera) il 15 marzo 2006 e vuole, a partire dal proprio ancoraggio istituzionale, precisare i principi orientativi dell'azione del Comitato della Comunità radiotelevisiva italoфона¹.

1. Una Comunità aperta, creativa e pragmatica, strategicamente ispirata alla valorizzazione del prodotto di lingua italiana e orientata alla dimensione dell'italicità nel mondo

La Comunità - costituita dai suoi enti fondatori del servizio pubblico radiotelevisivo e rafforzata dai membri Associati e dagli Amici – si propone in modo pragmatico e aperto di creare opportunità e proposte di valorizzazione del prodotto multimediale di lingua italiana nel contesto della dimensione culturale e linguistica dell'italicità nel mondo. Nel contempo vuole dare continuità e visibilità di programma al capitale di esperienze e di relazioni già acquisite.

2. La Comunità agisce in un ambito spaziale secondo un modello a tre livelli

Il **primo** ambito è quello originale dei soci fondatori e coinvolge le aree, gli enti e attori dei media elettronici degli Stati limitrofi a quello italiano: San Marino, Vaticano, Slovenia con Capodistria, Svizzera con la svizzera italiana. E' questo il campo dal quale derivano la nostra eredità di esperienze e la nostra capacità di essere laboratorio.

¹ Essa rappresenta un'evoluzione della Carta di Bologna del 2001, quando la comunità ha voluto crearsi nuovi spazi di libertà per adeguarsi alle realtà sempre meno istituzionali e sempre più condizionate dalle scelte del pubblico.

Il **secondo** ambito è quello delle regioni mediterranee e dei Balcani in particolare. Si tratta di un compito nuovo anche se non sono mancati esempi di collaborazioni con emittenti parzialmente italofone, come Croazia e Malta, o comunque sensibili alla realtà dell'italicità. L'obiettivo è quello di assecondare la ricerca di nuovi spazi per il prodotto multimediale italico stimolando le collaborazioni con emittenti straniere e creando opportunità di aggregazione e di sperimentazione di nuove offerte e produzioni radiotelevisive e multimediali.

Il **terzo ambito**, certamente per il momento assai ambizioso per le forze attuali della Comunità, è quello che cerca di vedere i media elettronici e il prodotto in lingua italiana nella nuova realtà della mondializzazione. Siamo nella dimensione del "sentire italico" di comunità ormai diverse da quelle di un'emigrazione italiana nel mondo ormai cambiata nella natura e nelle aspirazioni e che comprende inoltre anche persone e attori che desiderano essere più vicini e conoscere quanto il sentire italico si esprime nella cultura, nell'arte, nella moda, nel cinema, nella gastronomia e nelle diverse valenze che oggi tendono e possono essere globalmente rafforzate.

3. La Comunità e le sue modalità d'azione

La Comunità è un'emanazione di enti consolidati - oggi rafforzata da associati ed amici - uniti da una visione strategica comune e dalla ricchezza delle potenzialità da cogliere ed esplorare. Le possibilità di azione sono e verosimilmente resteranno affidate a quelle persone che per vocazione, professionalità e spazi di libertà d'azione vorranno investire e sperimentare nell'ambito di questa visione poco istituzionale e molto vicina invece alla ricerca di nuove forme di bisogni d'aggregazione e di identificazione della società civile nel mondo globalizzato.

In questo senso è utile quanto positivamente concretizzato negli scorsi anni e che spinge ad un'azione secondo tre modalità:

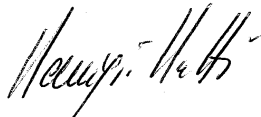
- La pragmaticità condotta dai diversi attori e a "**geometria variabile**", a condizione che l'orientamento sia quello della visione strategica della Comunità e che gli organi della comunità siano in grado di assicurarne un adeguato coordinamento. Il principio è suscettibile di essere una regola del gioco che non riconduca i membri attori al minimo comune denominatore ma che, al contrario, promuova l'innovazione e non disdegni le fughe in avanti ;
- la promozione della **multimedialità**. L'era del digitale e quindi della convergenza dei vari processi e prodotti mediatici rappresenta un'opportunità da cogliere, potenzialmente capace di sublimare le scarse risorse direttamente gestite dalla comunità. Se radio e televisione restano le nostre navi di appoggio la rete di relazioni e i nostri prodotti dipenderanno sempre di più dalla nostra capacità di essere presenti nel web (al di là ma anche grazie al sito della Comunità);

- la ricerca dell'**interattività**, strettamente connessa con la multimedialità. Essa non deve essere tuttavia una modalità fine a sé stessa, ma orientata e guidata all'ottenimento delle finalità della comunità. In questo senso appartengono a livelli diversi l'interattività con gli utenti potenziali dei nostri prodotti e l'interattività intesa a catturare l'attenzione di nuovi enti e attori interessati o coinvolti dalla visione dell'italicità. Le due categorie esigono attenzioni e risposte diverse.

Questa Carta programmatica è stata approvata nella seduta di Lugano del 7 maggio 2007

Il Presidente

Prof. Remigio Ratti
Lugano



La Segretaria generale

Dott.ssa Loredana Cornero
RAI – Roma

