

STORIE TELEVISIVE DA RETEBRESCIA ALLA EUROPOCKET.TV DI ERASMUS

L'anchor man multi-etnico

Dall'Italia all'America passando per l'Europa, rigorosamente unita. Tre storie di (stra) ordinaria programmazione. Con — al centro — gli individui.

Qui Italia. Sono dieci e arrivano da tutti i Paesi del mondo. Sono giornalisti, e molto di più. Codificano le informazioni e le traducono in video per le popolazioni immigrate presenti nel nostro Paese. In tv si esprimono in francese, inglese, spagnolo, portoghese, arabo, cinese e serbo-croato. Sono la redazione del primo tg multi-etnico creato in Italia. Nasce nel dicembre 2001 a Brescia, dove la multiculturalità si attesta su percentuali a due cifre.

Spazio all'informazione settimanale per immigrati. In ventidue minuti il tg promuove la socializzazione. Dando utili informazioni, come facilitazioni tributarie o permessi di soggiorno. A promuoverlo è ReteBrescia, nata nella prima metà degli anni 80. Il tg viene irradiato sul canale 829 di Sky e grazie al satellite travalica i confini del segnale terrestre. Arrivano mail di apprezzamenti da ogni parte del mondo. Ma il tg viene uploadato anche in rete su Rtbnetwork.it. Arrivando a conquistare 219mila contatti unici mensili. «Gli extracomunitari per noi sono intracomunitari — esordisce Virgilio Barisi, editore di ReteBrescia —. Il tg assurge a strumento pratico per chi arriva nel nostro Paese e vuole collaborare alla crescita economica».

Qui Europa. «Réveiller la conscience européenne des jeunes et les intéresser à l'Europe». L'intervista con Meabh, giovane reporter della web tv Europocket.tv, inizia in francese, ma potrebbe declinarsi in tutte le lingue della Comunità. Potenza della multiculturalità espressa da un team giovanissimo di dieci venticinquenni, tutti motivatissimi. Vogliono mettere al corrente i giovani studenti Erasmus delle attività delle istituzioni europee su programmi formativi, concorsi e festival. Europocket.tv è nata nel settembre del 2006. Ha un taglio dinamico, interfaccia con spiccata usabilità e aggiornamento costante. Presenta la vita degli studenti nomadi per scelta, cittadini del mondo per passione. D'altronde anche loro — il milione di studenti che scelgono di vivere un'esperienza all'estero anche per più anni — sono a tutti gli effetti immigrati. Il target oscilla tra i 15 e i 30 anni. Desiderano conoscere l'ambiente universitario dove studiano e vivono per mesi senza necessariamente leggere le barbose (e prolisse) trattazioni tecniche sulle istituzioni. «Europocket News» è il format informativo che riscuote più successo, contando fino a 100mila utenti unici mensili. «Estraiamo le informazioni essenziali e le presentiamo in modo interattivo e dinamico», precisa Meabh. Viaggiano, quelli di Europocket.tv. Da marzo seguono il bus Erasmus, progetto itinerante che da Praga arriverà a Budapest, girovagando per l'intera Europa. «Per i cinquant'anni del Trattato di Roma abbiamo organizzato un concorso video, Epk+50. I partecipanti dovevano realizzare una clip di cinquanta secondi

con tre interviste sul tema dell'integrazione. La vincitrice, Martina Fava, ha avuto la possibilità di trascorrere un week end a Roma in occasione dell'anniversario del Trattato».

Qui America. San Francisco è il cuore della cultura digitale. Da qui vengono irradiati tutti i programmi delle maggiori emittenti Usa. Ed è sempre qui che ha sede Link Tv, a pochi isolati di distanza dal videoblog informativo «Current.tv». Segno che si respira aria di creatività in terra californiana. «Link tv, television without borders», recita il claim. «Link tv guarda il mondo da diverse prospettive. È un network nazionale indipendente che dà diverse visioni, senza censure o spazi commerciali», precisano a Link Tv. Una vera e propria tv multi-etnica. È un misto di documentari, news sulle culture e programmi partecipativi. In «Chat the planet» giovani videomaker promuovono la tolleranza. Si parla di diritti umani, salute e sviluppo sostenibile. Tv di denuncia, come i video sulle mine anti-uomo in Cambogia. Obiettivo: dare voce alle comunità sottorappresentate nei media tradizionali e promuovere il dialogo interculturale. Tv dal basso. I temi sono esplorati con storie di individui. Ventotto milioni di americani la guardano. Trecento milioni in Oriente la scelgono. E molti la mantengono. Infatti l'emittente si mantiene con le donazioni di enti privati e telespettatori. (g.col.)