

Il voto per Bruxelles La sfida di una tv europea

Città Nuova esce in concomitanza con il voto per il Parlamento europeo, e osserviamo che in questi mesi di campagna elettorale, in Italia, il tema dei mass media è stato completamente trascurato. Mentre la crisi accenna a tratti solo una timida ripresa e trovano vigore le voci di protesta contro il sistema economico e monetario dell'Ue, ai temi economici viene data comprensibilmente la priorità. Tuttavia sarebbe un errore sottovalutare la portata del contributo che i media possono dare per una Europa più giusta, solidale, integrata e fatta di – e da – cittadini consapevoli. In questa prospettiva, un sistema di “media europei” potrebbe non solo informare e formare sulle architetture, le norme, le iniziative e le dinamiche che regolano le istituzioni comunitarie – per esplicitare anche quell'aspetto della “interconnessione” fra i popoli che giustifica politiche condivise – ma anche favorire la maturazione di quel senso di appartenenza all'Unione europea che oggi fatica ad affermarsi in molti ambiti della società.

Immaginiamo una tv pubblica europea che parla le diverse lingue dell'Unione, ognuna col suo canale ed eventuali sottotitoli, che spiega i ruoli e le attività delle istituzioni, informa su iniziative di legge e dibattiti in corso, mostra i doveri ma anche i vantaggi che derivano dall'appartenenza all'Ue. Non mancherebbero programmi di intrattenimento aperti ai cittadini dei diversi Stati, nell'ottica di una “conoscenza” reciproca necessaria per l'integrazione. Il tutto potrebbe tradursi in un progetto concreto promosso, perché no, proprio dall'Italia: la scadenza ormai prossima dell'inizio del semestre italiano di presidenza del Consiglio europeo, il 1° luglio, offre al nostro Paese l'opportunità di incidere sugli indirizzi e le politiche dell'Unione. In attesa di conoscere le intenzioni del governo al riguardo, registriamo la presenza sui media italiani di programmi dedicati all'Ue: da *Alfabeta Europa* di Rai Educational a *Regione Europa* su Rai3, a *Spazio Europa* nel Gr Parlamento. ■



I GIOVANI E LA RETE

18enni consapevoli

La fotografia dei giovani italiani, scattata dalla Link Campus University di Roma, si mostra per molti aspetti sorprendente. Se guardiamo al rapporto con la Rete, l'indagine intitolata “Generazione Proteo. Giovani italiani: solisti fuoriclasse”, realizzata su 2500 studenti fra i 17 e i 19 anni, descrive ragazzi consapevoli delle opportunità e dei rischi connessi all'uso del web, del valore e dell'affidabilità dei contenuti che esso veicola, del significato delle interazioni che si instaurano sui social network. Fra questi il più diffuso resta Facebook, utilizzato dal 93 per cento dei maggiorenne, dove in media ciascun ragazzo conta circa 500 “amici”, mentre riferisce che nella realtà non virtuale di amici veri ne ha al massimo una decina. Anche per questo i ragazzi vivono le reti social come strumenti ottimi per socializzare, condividere foto, musica e video, ma meno efficaci per informarsi e stringere vere amicizie, e tre su quattro riconoscono il rischio di forme di dipendenza. Rispetto all'uso della Rete per informarsi, i ragazzi mostrano un'alta fruizione del web accompagnata tuttavia da un giudizio critico sull'attendibilità dei nuovi media e dei social: tre su quattro ritengono poco o per nulla credibili le news riportate. Più affidabili sarebbero le notizie delle testate su web, mentre tg e quotidiani sono attendibili per sette ragazzi su dieci.

MEDIA, LAVORO E MIGRAZIONE

Il concorso del Mediterraneo Film Festival

C'è tempo fino al 31 luglio per presentare film o documentari sul tema del lavoro, la migrazione, il meticcio culturale e sociale, con le sfide e le problematiche, umane e politiche, connesse, in vista della rassegna che si terrà ad ottobre a Carbonia, nel Sulcis sardo, dove la disoccupazione giovanile raggiunge oltre il 50 per cento. Le proiezioni dei film si svolgeranno nei siti di archeologia mineraria recentemente restaurati e restituiti alla comunità.