

CHE COS'È LA MILANESE RADIO GLOBALE

radio
globale
101.5

Ha suscitato molta curiosità qualche mese fa la comparsa nella Fm milanese di una stazione dedicata alla comunità cinese, Radio Globale, che risultava anche legata a Radio Cina Internazionale. Dopo lunghe indagini qualcosa (di esclusivo, in effetti) abbiamo scoperto...

La Cina è più vicina

di **Patrizia Peletti**

la radio

Trasmette dall'inizio di febbraio sulla storica frequenza milanese dei 101.5 la nuovissima Radio Globale, un'emittente completamente dedicata al mondo e alla cultura cinese cui avevamo già accennato qualche mese fa su queste colonne e nelle nostre notizie on line e sulla quale torniamo in modo più approfondito, per conoscerla meglio. Partendo dai dati anagrafici, Radio Globale fa capo a Eurostar Media, società di proprietà di investitori esteri e il cui amministratore delegato risiede a Malta. La frequenza sulla quale trasmette, sulla quale era presente fino a poco tempo fa Radio Fantastica e che storicamente ha ospitato anche Radio Popolare, è tuttora di proprietà della Media Hit di Lorian Bessi, che non l'ha venduta e nemmeno affittata ma l'ha semplicemente data in gestione per la realizzazione dei contenuti allo staff di Radio Globale.

Dell'emittente, infatti, si occupano l'editore/direttore creativo Pier Antonio Idini (AD di Idini Consulting, società da anni sul mercato audiovisivo italiano), la station manager Gioia Forti, partner di Idini Consulting, che si occupa in prima persona della produzione dei contenuti, il direttore editoriale Filippo Facco, giornalista giovane con tanta voglia di fare che proviene dalla carta stampata, un ingegnere del suono per la parte tecnica, più altre persone che si alternano, presso la sede di via Paoli a Milano, nelle diverse funzioni utili e necessarie alla vita della Radio.

Perplessi per la scelta di attivare una Radio dedicata a una comunità tanto chiusa da alimentare leggende metropolitane (come quella degli anziani che non morirebbero mai), con Gioia Forti abbiamo cercato di capire di più di questo particolare esperimento, a cominciare dalle motivazioni che hanno spinto a intraprenderlo.

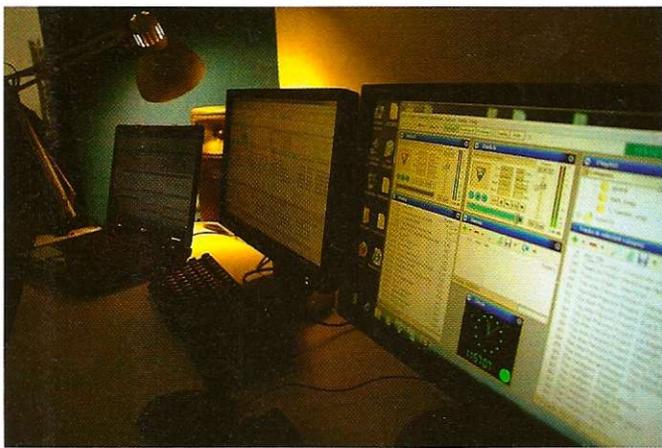
Un 'ponte fra le culture'

"Per cominciare - sostiene Gioia Forti - va detto che non è vero che i cinesi siano chiusi, anzi, tutto il contrario. Si tratta di persone molto curiose verso il mondo che sta loro attorno ma troppo spesso penalizzate da differenze linguistiche e culturali difficili da superare. Infatti, l'obiettivo di Radio Globale è proprio quello di fare da ponte tra le culture, offrendo strumenti e soluzioni per una maggiore integrazione". Un nobile scopo che viene attuato sia attraverso l'emittente, sia attraverso il sito della radio www.radioglobale.it, oltre agli immancabili Twitter, Facebook e anche in versione mobile, per la visualizzazione su telefonino e smartphone.

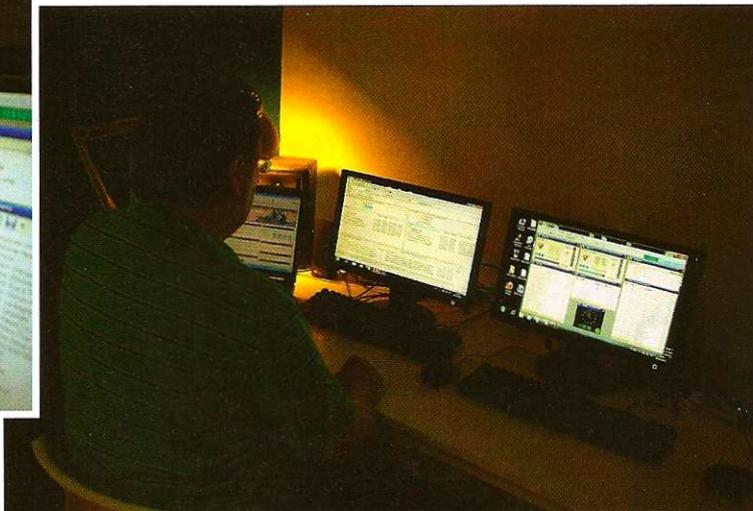
"Il target al quale ci rivolgiamo - continua Gioia Forti - è quello cinese di seconda generazione e quello italiano adulto, con l'intento di fornire a entrambi informazioni sulla vera cultura cinese, sulle tradizioni autentiche spesso sconosciute anche ai cinesi, oltre a dare un supporto per districarsi meglio nel complicato mondo della burocrazia italiana".

Per fare ciò Radio Globale si avvale della collaborazione di enti culturali come l'Istituto Confucio dell'Università degli Studi di Milano e la Fondazione Italia-Cina, della quale ha recentemente promosso gli 'Italia Cina Career Day', il primo tenutosi a febbraio a Milano e il secondo svoltosi a maggio a Bologna, con l'obiettivo di far conoscere qualificati candidati cinesi alle aziende italiane.

Accanto a queste, altre istituzioni collaborano al progetto di servizio della Radio, a cominciare dalla Fondazione Arcobaleno, attiva sui temi dell'immigrazione e integrazione fin dal 1983, con la quale attraverso la rubrica 'Oltre la punta del naso', Don Domenico Liu Enci, cappellano della Parrocchia della SS. Trinità di Milano, conosciuto come il cappellano



Non solo via Paolo Sarpi. Due immagini realizzate nella sede di Radio Globale, l'emittente dedicata alla Cina e alla cultura cinese che trasmette a Milano da qualche mese sui 101.500 MHz.



della Chinatown milanese, organizza lezioni di lingua e cultura italiana dedicate ai cinesi che vivono nel nostro Paese, aiutandoli a familiarizzare con le nostre tradizioni e a superare il difficile scoglio della comunicazione.

Dall'altra parte del "ponte" ci pensano associazioni come l'Istituto Confucio a promuovere corsi di lingua cinese per italiani. Ma l'integrazione passa anche per linguaggi universali come l'arte, ambito in cui si muove con le stesse finalità l'associazione Artchinabridge, o la musica attraverso le iniziative dell'Associazione Giulio Alieni di Don Liu Enci. L'interesse verso il mondo cinese è grande e riguarda tutti i settori, a cominciare da quello economico, per il quale Radio Globale si fa puntuale vetrina dei vari appuntamenti, come testimoniano, ad esempio, i due incontri tenutosi a maggio, uno dal titolo "Superare la crisi. Strumenti ed opportunità per muoversi nello scenario cinese" e l'altro, tenutosi presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca con Stefano Gardelli, autore di "L'Africa cinese. Gli interessi asiatici nel Continente Nero".

Nel ventaglio di proposte cinesi volte a congiungere due culture così lontane, non può naturalmente mancare il più piacevole degli ambiti di scambio culturale, ovvero la tavola, con i corsi di bon ton e autentica cucina cinese dell'Istituto Confucio. La sinergia si completa alla perfezione grazie al sondaggio di Radio Globale sul miglior ristorante cinese della città, che sfrutta proprio la passione di molti milanesi per la cucina cinese, che gode ormai di molti estimatori.

Il ruolo della 'grande emittente cinese'

Gioia Forti è convinta delle potenzialità di mediatore del 'progetto Radio Globale', a patto di interpretarne il ruolo in modo autentico: "Tengo molto alla tradizione della cultura che proponiamo, ad esempio se parlo di Tai Chi mi piace che sia il vero Tai Chi, non la versione edulcorata e magari riduttiva che spesso vediamo. E la stessa cosa pretendo per gli altri temi che trattiamo, proprio per dare quel valore in più che a volte manca. Questo sia per far conoscere le vere origini e tradizioni ai cinesi di seconda generazione, che spesso hanno

perso le radici con la Cina, che per dare agli italiani che sono interessati la giusta prospettiva alle cose".

Alla domanda sui primi riscontri di un progetto così originale Gioia Forti replica che la Radio ha suscitato molto interesse, così come molte sono le mail di commenti, richieste e suggerimenti sia di italiani, in leggera prevalenza, sia di cinesi.

I temi di maggior interesse per il pubblico italiano, sostiene Gioia Forti, sono quelli legati alla medicina tradizionale cinese e alle arti marziali, mentre i giovani cinesi sono più interessati a conoscere meglio un Paese di cui hanno solo sentito parlare. Naturalmente creare una Radio che si occupa della comunità cinese senza il benessere della madre patria sarebbe impossibile ma come sia stato ottenuto il placet e a quali condizioni non è dato sapere.

Di certo c'è invece che il palinsesto radiofonico prodotto da Radio Globale (in cui non manca certo la musica), ovvero quello locale, rappresenta circa il 20% del totale, il rimanente è confezionato direttamente da Radio China International (o Radio Cina Internazionale), un colosso che ha ramificazioni in tutto il mondo. I programmi sono prodotti a Pechino da giornalisti italiani e poi inviati via web in modo molto tempestivo, tanto da essere prodotti e spediti per la messa in onda direttamente nello stesso giorno. Un tipico esempio di efficienza cinese.

Quale business?

Se ora conosciamo un po' di più sulla struttura e il palinsesto di Radio Globale (non chiamatela Radio Cina per carità!), poco o nulla è dato sapere sul modello di business che c'è alla base. Attualmente non esiste ancora una concessionaria per la raccolta pubblicitaria e non sappiamo se la sopravvivenza del progetto si baserà su questo modello economico; per ora Radio Globale è in piena fase di start up, ovvero genera solo costi, ma non dubitiamo che il business plan preveda, prima o poi, un break even.

Staremo a guardare con gli occhi ben aperti. A mandarla, s'intende! ■