

IL PEGGIO DELLA DIRETTA

"Community", il meglio della domenica mattina Rai

di Davide Valentini

Quando la Rai decide di essere servizio pubblico, nel quotidiano e non soltanto nell'evento straordinario di prima serata stile *Dieci Comandamenti* di Roberto Benigni, quello che viene fuori sono programmi garbati, ben costruiti, efficaci, dei quali si sente un gran bisogno. È piuttosto improbabile che gli autori possano ambire a ricevere telefonate di congratulazioni da parte del Pontefice, ma si dà il caso che, per quanto gradevole e talvolta auspicabile, questa non sia l'unica finalità di chi produce contenuti per la Tv.

Un esempio cristallino di televisione efficace, ben costruita e garbata va in onda su Rai3 la domenica mattina alle 10.30, sotto il nome di *Community*. *L'altra Italia*. In uno studio che a tratti richiama la scenografia del *Late Show* di David Letterman (con l'aggiunta di qualche scaffale carico di prodotti tipici in bell'ordine), la conduttrice Benedetta Rinaldi intreccia storie di italiani emigrati all'estero, raccontate attraverso un mosaico di mini-reportages che stupiscono per ritmo e varietà di stile.

Di certo, nessuno dei protagonisti di *Community* somiglia a Amedeo Battipaglia, il formidabile "Bello, onesto, emigrato Australia" interpretato da Alberto Sordi nel 1971. I modelli sono profondamente diversi, tutti unanimemente sprovvisti della valigia di cartone: si va dalla cantante di pizzica in Argentina (Veronica Morello, Buenos Aires) all'inventore del blog "Italians in fuga" (Aldo Mencaraglia, Melbourne), dal produttore di mozzarelle (Giuseppe Argentieri, Boston) al manager di una scuola per l'innovazione nella Silicon

Valley (Marco Marinucci, San Francisco), dalla famiglia di ristoratori salutisti (Massimo Funari, Santiago del Cile) alla piccola star di Hollywood che ha fatto fortuna interpretando i ruoli da cattivo (Massimo Furlan, Los Angeles).

SINGOLARE poi la vicenda di Henry Zunino, celebrato scultore della terracotta che, causa recessione e conseguente crollo delle vendite, si reinventa come produttore di caramelle artigianali nel New England. Poca retorica – quella giusta per un programma (inter)nazionalpopolare come questo – e storie affidate a una rete di filmmaker attivi nei paesi dove la presenza di comunità italiane è più forte, sono i tratti essenziali di un prodotto che usa il registro medio di una Tv consapevolmente di servizio. E che per questo funziona.

La puntata di *Community* della domenica di Rai3 è in realtà una sorta di "Best Of" di un programma prodotto e trasmesso ogni sera da Rai Italia, il canale del servizio pubblico dedicato agli italiani all'estero, in onda in tutto il mondo (Europa esclusa), con una platea potenziale di oltre 30 milioni di abbonati.

Fino a qualche anno fa, il canale si chiamava Rai International e si occupava essenzialmente di trasmettere contenuti già passati sulle reti nazionali. Spesso la scelta ricadeva sui programmi peggiori, con un'evidente volontà di convincere i nostri connazionali all'estero a rimanere nei rispettivi paesi. Dal 2013, con il cambio di nome e di management, il canale ha cominciato a realizzare prodotti originali, pensati per fornire quella "informazione di ritorno" di cui *Community* è il prototipo. Per fortuna non serve emigrare per vederlo.

