



Rai, arriva Newsroom: il progetto crossmediale ideato e condotto da Monica Maggioni

Descrizione

(Adnkronos) Racconti e inchieste sulle grandi questioni globali e di attualità. Prende il via 'Newsroom', un programma ideato e condotto da Monica Maggioni, in onda da oggi, 26 giugno, su RaiPlay in formato docuseries (4 episodi da mezz'ora per ogni tema) e in prima serata su Rai 3 dal 17 luglio. Un percorso di approfondimento che si snoda a partire da un luogo: la Newsroom, la redazione in cui un gruppo di giornalisti si pone domande, intraprende percorsi di inchiesta e analisi di current affairs, per rispondere ai quesiti di una realtà multiforme e troppe volte raccontata in modo superficiale. Dentro 'Newsroom' ci saranno reportage, data analysis, le parole dei protagonisti delle vicende e degli esperti. Le grandi interviste si intrecceranno con i racconti degli inviati in numerosi paesi del mondo. Per la prima volta un programma di approfondimento nasce con l'obiettivo di creare un legame tra l'audience generalista e quella digitale, partendo proprio dalla pubblicazione sulla piattaforma di streaming video della Rai. "Con 'Newsroom', la Rai torna a sperimentare", afferma Paolo Corsini, direttore degli Approfondimenti Rai che aggiunge: "Siamo infatti molto orgogliosi di affermare che la Rai può tornare a sperimentare con coraggio e convinzione. Non è stato un compito semplice e non è un impegno da prendere alla leggera, specialmente in un momento così delicato per i bilanci, la concorrenza e il periodo estivo". Secondo Corsini, "sperimentare è costoso e rischioso, ma per il servizio pubblico è un dovere" e queste "sono prove di futuro, di innovazione dei linguaggi e dei modelli produttivi". "Questa grande squadra Rai sta illuminando la piattaforma con nuove idee e sperimentazioni", afferma Elena Capparelli, direttrice RaiPlay, che aggiunge: "È una sfida entusiasmante creare un legame ancora più stretto tra la Tv generalista e quella digitale. Da oggi, la piattaforma accoglie già online la prima docu-serie". Il mondo dei media è in continua evoluzione e l'innovazione è la chiave di tutto. Ne è convinto anche Maurizio Imbriale, direttore Contenuti digitali e transmediali, che spiega: "la nostra direzione ha come obiettivo non solo quello di ringiovanire il target del pubblico, ma anche di sperimentare nuovi formati e nuovi linguaggi. Stiamo cercando di trasformare questa azienda, nel nostro piccolo, in una digital media company, che è uno degli obiettivi principali della nostra governance". E 'Newsroom' ne è la prova. Un lavoro racconta Monica Maggioni, direttrice editoriale per l'Offerta Informativa: "frutto non di una singola persona, ma di una squadra significativa. È un luogo dove le persone lavorano insieme, fanno i giornalisti e decidono di raccontare le grandi questioni". Per Maggioni un grazie speciale va alla Rai: "Un prodotto di questo tipo non potrebbe nascere altrove". 'Newsroom', è quindi una sperimentazione che, aggiunge

Maggioni, "non sappiamo esattamente dove ci porteremo, ma il viaggio è importante quanto l'approdo. 'Newsroom' è un viaggio che la nostra azienda vuole fare. I numeri di RaiPlay ci dicono che siamo decisamente avanti sulla strada. Dentro questo progetto, ci sono temi come il fast fashion, l'inferno di Haiti, l'Artico, il Congo e l'Afghanistan. Questi racconti cercano di far capire i contesti globali e di andare in profondità rispetto a ciò che normalmente viviamo in superficie. È il senso del servizio pubblico", conclude Maggioni. Le prime tre serie, in onda su Raiplay il 26 giugno, il 3 e il 10 luglio, sono dedicate al mondo del fast fashion, raccontando tutti gli aspetti sociali, ambientali ed economici legati a questo fenomeno globale, ci porteranno nell'isola di Haiti, ex paradiso turistico, oggi inferno sulla terra, e nell'Artico, storico luogo incontaminato, divenuto prima linea di un confronto sempre più teso e armato tra Russia e Nato. Ogni anno nel mondo si producono 150 miliardi di nuovi capi di abbigliamento, venduti a prezzi stracciati e di qualità sempre più scadente. Li indossiamo poche volte, poi finiscono in fondo all'armadio e non li usiamo più. Ma che cosa succede quando ce ne sbarazziamo? Dove vanno a finire tutti questi vestiti? 'Newsroom' ha seguito le loro lunghissime rotte, fino al Ghana dove inquinano le spiagge e l'oceano- e il deserto di Atacama in Cile, luoghi magnifici diventati immense discariche a cielo aperto. Dietro ogni maglietta venduta a pochi euro, non c'è solo inquinamento, c'è anche lo sfruttamento di manodopera a basso costo e un enorme volume di affari sul quale ha messo le mani anche la criminalità organizzata. spettacoliwebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. News Nazionali

Tag

1. adnkronos
2. ultimora

Data di creazione

Giugno 26, 2024

Autore

admin