

Tv dei ragazzi: un «patto» fra famiglie e reti

DI GIACOMO GAMBASSI

Coniugare quantità e qualità. È la sfida che attende la tv dei ragazzi in Italia, cresciuta negli ultimi anni sia sul fronte dell'offerta, sia negli ascolti grazie a satellite e digitale terrestre. E almeno su questo punto tutti concordano: esperti di media, direttori di rete, conduttori tv, rappresentanti delle istituzioni e associazioni degli utenti. Ma poi le strade si dividono.

Per rendersene conto bastava essere ieri mattina all'Università Cattolica di Milano alla presentazione del rapporto «Televisione e infanzia» promosso da Focus in media della Fondazione per la sussidiarietà. «L'offerta è fin troppo ampia. E il rischio è che il pluralismo si trasformi in omologazione», sostengono Piermarco Aroldi, direttore di ÖssCom, e Nicoletta Vittadini, docente di

Presentato all'Università Cattolica di Milano dalla Fondazione per la sussidiarietà, il rapporto «Televisione e infanzia»

teoria e tecnica dei nuovi media alla Cattolica. Troppi format mutuati da quelli degli adulti ed eccessivo ricorso a programmi stranieri, denuncia Guido Gilì, docente di sociologia dei processi culturali all'Università del Molise. Come a dire: i canali per bambini non possono essere considerati un «giardino protetto». Il segretario dell'«European Association for Viewers' Interests», Paolo Celot, mette in guardia: «La programmazione è dominata dalla logica commerciale». Franco Mugerli,

presidente uscente del Comitato Media e Ninori, propone di tessere una «rete che abbia al centro la promozione dei bambini» e coinvolga emittenti, genitori e istituzioni. Il tutto favorendo un'educazione ai media che «deve aiutare ragazzi e adulti all'uso consapevole dei mezzi», sottolinea la dirigente dell'Agcom, Maria Pia Caruso. Ma le tv non ci stanno a finire sul banco degli imputati. «Divertire aiutando a crescere è la nostra missione che realizziamo puntando su contenuti originali e produzioni italiane», fa sapere il direttore dei canali De Agostini, Massimo Bruno. «Educazione e intrattenimento possono andare a braccetto» - sostiene Paolo Agostinelli, vice presidente partner channels di Sky Italia -. Lo dimostrano i nostri programmi per ragazzi che nella metà dei casi ven-

gono seguiti anche dai genitori». «Occorre preoccuparsi soprattutto della tv generalista che i più piccoli continuano a seguire in modo massiccio», afferma Massimo Bernardini, conduttore di Rai Educational. E una risposta arriva anche dai palinsesti: lunedì riprende su Nick Jr. *1,2,3... Perché?* che aiuta a imparare l'inglese e su Cartoonito torna la serie *Lazy Town* dedicata a sana alimentazione e attività fisica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

