
Brevi media

Autore: Claudia Di Lorenzi

Fonte: Città Nuova

TV PUBBLICA

Abolire gli spot?

Niente spot sulla tv pubblica: in Spagna Zapatero segue Sarkozy. E in Italia?

In fatto di mode, si sa, la Francia fa da apripista, nell'universo dell'altra moda e del *prêt-à-porter*, ma, e qui sta la novità, anche nel mondo delle telecomunicazioni. Sulla scia del modello francese, inaugurato a gennaio dal presidente Sarkozy, il premier spagnolo Zapatero ha annunciato tagli alla pubblicità sulla tv pubblica. Dapprima attraverso una "riduzione drastica" e poi nella forma di una totale abolizione degli spot. Secondo la stampa spagnola, entro l'estate il governo porterà all'esame del Parlamento un decreto ad hoc che per l'autunno potrebbe trovare attuazione. A differenza del modello francese però, nella proposta di Zapatero il calo di introiti pubblicitari non graverebbe sugli utenti: no all'introduzione del canone – in Spagna il sistema è finanziato dallo Stato –; sì alla tassazione degli introiti pubblicitari delle tv private e dei ricavi da banda larga degli operatori delle telecomunicazioni che forniscono servizi audiovisivi. In aggiunta ad un cospicuo contributo dello Stato.

Un'iniziativa che non può trascurare, tuttavia, oltralpe, i primi effetti della "cura Sarkozy": in Francia infatti il taglio della pubblicità sulle reti ammiraglie non avrebbe prodotto l'atteso aumento degli ascolti. E poi c'è la questione della "qualità" dei programmi, che, pur legata secondo i più alla disponibilità di risorse, a detta del vicepremier De la Vega, non dipende dalla presenza della pubblicità.

Discordanti i pareri anche in Italia, dove l'annuncio di Zapatero ha riaperto il dibattito. Al rischio di un aumento del canone o del generale sistema di tassazione, unito al profilarsi di un conflitto di interessi tra governo e tv private (secondo il modello franco-spagnolo, beneficiarie di nuova linfa pubblicitaria) fa da contraltare la prospettiva di una tv libera dalla schiavitù dell'audience, orientata alla qualità. Ma in attesa che il dibattito trovi un orientamento condiviso, una via percorribile potrebbe essere quella intermedia: ripensare la distribuzione degli spazi pubblicitari in funzione degli orari di diffusione e del pubblico che si presume sia all'ascolto, con particolare attenzione alla fascia "protetta", dalle 16.00 alle 19.00, destinata alla programmazione per ragazzi – si veda al riguardo il "Codice di autoregolamentazione Tv e minori" – e disciplinare i contenuti dei messaggi affinché non siano lesivi della sensibilità e delle esigenze degli utenti più vulnerabili, con «minore capacità di giudizio e di discernimento».

Navigatore per disabili

È pensato per non vedenti e persone in sedia a rotelle e nasce per facilitare spostamenti ed evitare ostacoli e barriere architettoniche, negli spazi interni e all'aperto. È Na.di.a., il primo navigatore per disabili, testato nelle scorse settimane. Un progetto dell'Aias di Bologna, con la Fish e l'Università di Pisa, che intende promuovere l'autonomia e la sicurezza dei disabili, e facilitarne il soccorso in caso di emergenza.

WEB

Shopping sicuro

L'Ue promuove una guida all'acquisto consapevole su Internet, per superare la diffidenza verso le operazioni online. La Commissione garantisce regole certe e trasparenza per i siti commerciali con il dominio “.eu”.

NUOVI SITI

La salute e la famiglia

Si chiama www.familyhealth.it ed è il sito dove creare un archivio della storia clinica personale o della propria famiglia, con informazioni mediche e sanitarie. Un'iniziativa patrocinata dalla Società italiana di neonatologia e dalla Società italiana di biochimica e biologia molecolare clinica.