
Tv, buona dottoressa?

Autore: Claudia Di Lorenzi

Fonte: Città Nuova

Informazione medica. Come avviene?

L'analisi è di quelle specialistiche, operate da un vero e proprio team di esperti, e scandaglia le condizioni di salute del paziente senza trascurare alcun fattore. Il referto non lascia scampo: il poveretto è affetto da insidiose e subdole patologie ma presenta risorse sufficienti per sperare nella guarigione.

Ma di chi è questa cartella clinica? Chiedetelo a Roberta Gisotti, giornalista, esperta di linguaggi mediatici, docente universitaria di Economia dei media e autrice del libro *Tv, buona dottoressa?*, edizioni Rai-Eri, che propone una lettura critica dell'informazione medica in tv, dal 1954 ad oggi.

Un tema inedito – si legge nell'introduzione – per «verificare il ruolo svolto dalla tv italiana, pubblica e privata, a servizio di una corretta informazione medica, in un'ottica di prevenzione, a sostegno della diagnostica, del trattamento e della cura delle patologie, o semplicemente nel favorire stili di vita e consumi salutari», e per «riscontrare la presenza di elementi inquinanti la comunicazione medica o in contrasto con la deontologia medica o giornalistica».

Allo scopo l'autrice propone una rassegna dei programmi di medicina della tv pubblica, privata e satellitare, di fiction e reality sul tema, gli spot e le campagne solidali, per poi affidare ad autorevoli firme della comunicazione scientifica – fra cui Luciano Onder, Piero Angela, Livia Azzariti e Rita Levi Montalcini – una valutazione dello stato di salute della informazione medica televisiva, con indicazione dei mali da estirpare e prescrizione di cure e modalità preventive.

Il responso è ben sintetizzato nella prefazione al testo del professor Umberto Veronesi, presidente dell'Istituto europeo di oncologia, che osserva: «Spesso accade che la comunicazione sui media possa essere fuorviante e fuorviata; il cittadino comune è bersagliato da notizie riguardanti i progressi terapeutici e diagnostici che rischiano di dare la sensazione ingannevole di poter guarire da tutte le malattie». Un meccanismo – spiega Veronesi – che si produce perché i media ricercano l'emozione, per lo più seguendo logiche "di parte", la scienza, invece, comunica con obiettività e pacatezza. Quale possibile raccordo?

La risposta – conclude esplicitando il messaggio del libro – sta nel porre al centro l'uomo, che sia paziente o telespettatore, subordinando l'interesse commerciale al bene prioritario della persona, nella fattispecie la salute dell'individuo.

PRIX ITALIA

La fiction fra i prodotti migliori

Svezia, Gran Bretagna, Giappone, Danimarca, Polonia e Francia: sono i Paesi vincitori del 62mo Prix Italia, il premio radiotelevisivo internazionale, concluso a Torino il 24 settembre. Per la sezione "Rappresentazioni artistiche" il premio va alla coreografia *Place*, trasmessa dalla svedese Stv con l'interpretazione di Mikhail Barishnikov. Per "Film tv e miniserie" vince l'emittente giapponese Nhk con *Goldfish*, di Hiroshi Kurosaki. Vincitore per i "Documentari di arte e musica" è *The First Movie* dell'inglese Channel 4, diretto da Mark Cousins: un documentario girato in Iraq, i cui protagonisti sono i bambini. A Channel 4 anche il premio "L'Italia attraverso gli occhi del mondo", per il programma *Il Gran tour di Kevin*, che racconta il viaggio nel Belpaese degli artisti britannici tra il 1600 e il 1800. Il Prix Italia conferma la fiction quale prodotto per eccellenza per tutte le tv del mondo.

TV

Arriva il 3D

È arrivata anche in Italia la tv in 3D: l'esordio è avvenuto il 3 ottobre su Sky con la Ryder Cup, il più importante appuntamento golfistico del mondo. Nei prossimi mesi nuovi appuntamenti con sport e cinema. A godere della nuova tecnologia saranno tutti gli abbonati con decoder Hd, dotati di un televisore 3D e degli appositi occhialini.

AGCOM

Internet non ucciderà la tv

«Internet non ucciderà la tv, ma ne aumenterà il valore». Così Corrado Calabrò, presidente dell'Agcom, intervenendo al Festival dell'Audiovisivo. Calabrò ha spiegato che «la traiettoria più plausibile è che il modello *on demand* non vada a sostituire quello lineare» e che «è urgente intervenire su banda larga e tutela dei contenuti».