

---

## La tv dei ragazzi secondo Disney

**Autore:** Aurelio Molè

**Fonte:** Città Nuova

**Dal 2008 Elisabeth De Grassi è il direttore dei programmi per la Walt Disney Television Italia. La linea editoriale dei canali Disney si caratterizza per la ricerca di storie e personaggi positivi all'insegna dell'amicizia, dell'ottimismo, del saper superare insieme le difficoltà**

### ***Quali sono le caratteristiche dell'offerta Disney?***

«In uno scenario televisivo particolarmente complesso in cui emergono più di 30 canali a pagamento, la Disney propone un'offerta di tre diversi *brand* per rispondere agli specifici target. *Disney Channel*, per bambini e ragazzi dai 6 ai 14 anni, è un *live action*, vuol dire che sono in palinsesto solo programmi fatti con ragazzi in carne e ossa e fa ascolti quadrupli rispetto ai concorrenti dei canali *pay*, a pagamento. È preferito in modo particolare dal pubblico femminile che ama la *live action* rispetto all'animazione. Mentre il *Disney Junior* ha come target il pre-scolare, la fascia dai 3 ai 7 anni, e *Disney XD* è simile al *Disney Channel* ma con molta più avventura, azione e cartoni animati per cui attira un pubblico più maschile. Ogni canale, però, ha un punto d'ingresso, cioè dei personaggi, delle storie e dei programmi adatti sia per il pubblico maschile che quello femminile. Con *Disney in English* abbiamo un canale educativo per poter vedere i programmi in lingua originale, è un modo per esercitare l'apprendimento. Prediligiamo l'inglese britannico e le storie in lingua di facile comprensibilità».

### ***Fornire dei dati di ascolto dei canali è sempre complicato?***

«Sono dei dati complessi perché misurati e valutati in vario modo. I canali *free*, gratuiti, misurano gli individui che seguono un programma mentre i canali a pagamento valutano i dati specifici del target del canale. Non posso fare un confronto con i canali, per es. della *Rai*, perché il 75 per cento dei bambini non può vedere i canali *Disney*. Posso dire che la serie tv *Violetta* ha avuto picchi di 300 mila telespettatori: ascolti equivalenti a quelli che sta facendo su *Rai Gulp*».

### ***Qual è la vostra linea editoriale?***

«Esiste una differenza nella scelta dei valori educativi più importanti nei genitori americani, che per i propri figli preferiscono l'intelligenza, e per i genitori europei che mettono in evidenza la felicità e la serenità. Noi cerchiamo di fare programmi che soddisfano sia gli americani che gli europei. In

---

generale preferiamo l'approccio europeo: fare di un bambino una persona felice piuttosto che geniale. Dal punto di vista educativo siamo estremamente severi perché abbiamo un'istituzione che si chiama *Complaints* che controlla ogni singolo minuto di programmazione per verificare che i nostri messaggi siano positivi. Si verifica anche che siano rispettati valori come l'amicizia, saper lavorare insieme per superare le difficoltà, l'ottimismo. Sappiamo che i nostri personaggi sono dei modelli per i telespettatori per cui devono avere dei comportamenti moralmente giusti. Se fanno degli errori, o non rispettano le regole, il bambino a casa sa che bisogna pagarne le conseguenze. Controlliamo tutti i messaggi veicolati dai nostri canali perché vogliamo che siano considerati educativi dai ragazzi e dai loro genitori».

### ***Quali programmi hanno più successo?***

«*Phineas e Ferb*, due ragazzi inventori, mi piace molto anche come mamma. Sono molto divertenti anche serie come *Buona fortuna Charlie* che parla di una normale famiglia americana con 5 figli.

Hanno un grande successo anche gli archetipi narrativi che rimandano alla *Cenerentola* di turno, come la visione sognante, fiabesca, legata al mondo delle principesse e lento per la musica. Su *Disney Junior* troviamo l'interessante commistione di personaggi moderni e classici nei cartoni *Jake e i pirati dell'isola che non c'è*, dove moderni piccoli pirati incrociano la spada con Capitan Uncino, mentre in *Sofia la principessa*, una bambina qualsiasi catapultata in una vita di corte si relaziona con le fate classiche de *La Bella Addormentata* nel bosco. Si integrano così il mondo tradizionale delle favole con i protagonisti della Disney di oggi per dei cartoni che incontrano il favore di tutte le generazioni in tutto il mondo».