

Boing: musica, inglese e revival

Dal 9 giugno inizia la programmazione estiva di Boing, il canale del digitale terrestre dedicato ai bambini e ai ragazzi, frutto di una partnership tra Turner Broadcasting System e Mediaset, e presieduto da Silvio Carini. Tra i nuovi show, *Anna dai capelli rossi*, che andrà ad arricchire la proposta dei cartoni cult di "Febbre a '80". Due gli eventi spe-

ciali del mese: "English Zone" (dal 9 giugno, martedì, giovedì e sabato alle 22.15) per imparare o "rispolverare" l'inglese, divertendosi con i cartoni in lingua originale (*Scooby Doo dove sei tu?*, *Gli amici immaginari di casa Foster* e *Le avventure di Billy & Mandy*) e lo "Speciale Musica" (dal 9, lunedì, mercoledì e venerdì alle 21.00). Oltre al game show di

successo *WannaDance*, il canale lancerà un blocco di programmazione con cartoni a tema (*Class of 3000*, *Hi Hi Puffy Ami Yuni* e *Juniper Lee*). Tra i film di "Pop Corn", *Musetta alla conquista di Parigi* e *Angus* (8 giugno, rispettivamente alle 18.30 e alle 21); *La meravigliosa storia di Fantaghirò* (prima e seconda parte, il 14 e il 15 giugno alle 15); *Batman: la maschera del fantasma* (il 21 alle 15); *Dexter Ego Trip* (il 22 alle 15); *La foresta magica* (il

28 alle 15); infine, il lungometraggio d'animazione, realizzato interamente in computer grafica, *Final Fantasy*, in onda domenica 29 alle 15.00.



Monitor

di Elena Rembado

Quando l'Auditel diventa un gioco

Grazie a un progetto dell'Università La Sapienza di Roma, è nato un sito dove si possono indovinare gli ascolti di un programma confrontandosi ogni settimana con un ospite d'onore. Ecco il commento di Mario Morcellini, preside di Scienze della Comunicazione



FantAuditel prende vita dalla volontà di coniugare formazione e ricerca, sfruttando gli spazi operativi e di condivisione del sapere offerti dai nuovi media. «Attraverso la sperimentazione di una formula innovativa di didattica partecipativa», spiega Mario Morcellini preside di Scienze della Comunicazione dell'Università La Sapienza di Roma, «il progetto si apre alla conoscenza delle potenzialità della televisione tradizionale, sviluppando un dibattito costruttivo sulla cultura della misurazione della domanda e dell'offerta televisiva e delle logiche metodologiche utilizzate». La piattaforma www.fantauditel.com è a disposizione di studenti e internauti, interessati ad approfondire la loro conoscenza di Auditel e della tv in generale, o che semplicemente desiderano divertirsi sfidando amici o sconosciuti. Oltre alla costruzione di una piattaforma di comunicazione sul web, il progetto contempla anche una formula didattica di tipo tradizionale, quale la strutturazione di un percorso seminariale di studio e approfondimento delle tematiche proposte che vede il coinvolgimento di docenti universitari, accanto a esperti provenienti dal settore tv. «L'escamotage del gioco rappresenta, quindi», prosegue Morcellini, «solo il momento iniziale di coinvolgimento degli studenti e degli interessati, l'occasione per provare a riflettere sulle dinamiche di consumo televisivo e sulle variabili che, di volta in volta, intervengono nella determinazione dello share». La piattaforma consente di condividere le proprie riflessioni, ma soprattutto di stimolare la curiosità di ricercatori, professionisti e semplici fruitori televisivi. «La televisione deve fidelizzare il pubblico e, al tempo stesso, coltivare la propria innovazione: di fatto, i dati provano che esistono condizioni per un rilancio del

mezzo proprio nelle dimensioni esplorative di consumo, in cui si rintracciano le platee più sfuggenti e, in particolare, i pubblici giovanili. Così la televisione non si limita a "nafragare" nel presente, ma si candida anche per il futuro. La sperimentazione che la mia facoltà propone dovrebbe contribuire proprio alla costruzione di una "cultura del dato" non fine a se stessa, ma orientata ad una realistica analisi e comprensione del mercato tv in quanto parte della nostra tradizione culturale. A partire da queste premesse, ricorrere all'Agenzia ufficiale per la rilevazione degli ascolti televisivi diviene doveroso nonché necessario per familiarizzare con i dati».

Dal 15 febbraio al 10 maggio sono stati oltre 26mila i visitatori. Con una media di circa



300 visite giornaliere e un certo tasso di fedeltà. Gli studenti, naturalmente, sono i più affezionati e mostrano un notevole coinvolgimento. Una risposta molto positiva che ha portato all'attivazione di blog direttamente gestiti dagli studenti. «Tra gli obiettivi c'è sicuramente quello di far conoscere le logiche sottostanti alla misurazione degli ascolti e, allo stesso tempo, cogliere le logiche di palinsesto. La questione che maggiormente ha spinto l'attivazione di questa sperimentazione sta nel voler rifuggire da un certo snobismo che vede nel "dato quantitativo" il male della tv generalista. Non a caso, all'aspetto ludico delle sfide si accompagnano un glossario della tv, alcuni approfondimenti sulla metodologia Auditel e una bibliografia ragionata. Si tratta di un lavoro a medio-lungo termine che s'iscrive in una tradizione di ricerca sui pubblici della tv portata avanti da tempo dalla mia cattedra e della mia Facoltà». Il progetto [FantAuditel](http://www.fantauditel.com), dunque, innova partendo dalla stessa tradizione culturale e scientifica e anche per questo non è fine a se stesso: a conclusione del seminario, è stato previsto un convegno per stimolare un confronto pubblico tra gli "attori" del mercato tv.