

Le trasmissioni



«Bim e Bam»
Due teneri pupazzi esplorano il mondo degli animali e lo raccontano con poesie in rima



«I tenerotti»
Le avventure di quattro magiche creature alle prese con le difficoltà della vita quotidiana



«Si gioca!»
Giochi e semplici puzzle per suggerire l'identificazione di forme, animali e dei loro nomi

La televisione dei poppanti

Da sabato prossimo Sky lancia il primo canale dedicato ai bambini da zero a tre anni

il caso

ALESSANDRA COMAZZI
MILANO

La «Baby Tv» sbarca anche nel nostro Paese

Ecce, ci mancavano soltanto loro. I lattanti. I bambini dagli zero ai tre anni. Poiché le immagini in movimento della televisione comunque li cullano e li chetano, a prescindere dai contenuti, adesso non potranno più lamentarsi, frignando, di non avere una rete dedicata: sabato arriva sul canale 620 di Sky la nuova Baby Tv. Nata in Israele nel 2003, fondata da Lilian Talit e Ron Isaak, nel 2007 ha cominciato a trasmettere in Gran Bretagna. Nell'ottobre 2008 è stata acquistata da Fox e adesso c'è l'ap-prodo italiano.

La programmazione è completamente priva di pubblicità e di informazioni commerciali di alcun tipo. «Tutti i contenuti - assicurano alla rete - sono prodotti e realizzati con la consulenza e la supervisione di un pool internazionale di psicologi dell'età evolutiva e dello sviluppo infantile. Coinvolti fin dalla prima fase di ideazione di ogni programma, gli esperti ne definiscono gli obiettivi, apprendimento e svago, ne seguono la creazione e controllano la metodologia di insegnamento, l'efficacia dei testi, dei colori e delle musiche».

Questa fascia di età non è monitorata dagli ascolti. I bebè non sono considerati possibili acquirenti. E nemmeno suggeritori di acquisti. Loro no. Ma i genitori? Non ci sarà proprio nessun tipo di pubblicità, anche subliminale, tra le pieghe della programmazione? Ammettiamo di no. Ma poiché nessuna rete tv nasce per beneficenza, per amore del prossimo, per aiutare le mamme e i papà gravati dal lavoro e dalla crisi, dov'è sta l'interesse? C'è una parola per rispondere, è cacofonica, brutta ma realistica: fidelizzazione. Intanto dei genitori: se vuoi avere quel canale lì, così politicamente e bambinamente corretto, una vera rete educativa come si usava una volta; se vuoi avere un sostegno («non una baby sitter elettronica, per carità»), inorridiscono i responsabili per dare informazioni ai più piccoli e intanto tenerli buoni, devi abbonarti a Sky. Sì, una cosa tira l'altra, un pacchetto ne promuove un altro.

Qui si promette «una programmazione innovativa che favorisca nel bambino l'apprendimento e la consapevolezza di sé, stimolando la creatività e sviluppando la capacità d'immaginazione». Che bella sicurezza per i genitori, che bello stimolo. Non solo. La «fidelizzazione» comincia a gettare le sue radici nelle fertissime, plasmabilissime zucche dei bebè. Che ancora più precocemente si abi-

tuano a conoscere il mondo attraverso il filtro della tivù. Perfetti clienti di domani. D'altronde, le svariate indagini statistiche sul rapporto che lega i bambini al piccolo schermo hanno una costante: la tivù è una seconda scelta in assenza di genitori, coetanei, giochi e sport. E dall'ultima indagine Istat emerge che il 96% dei bambini italiani in età prescolare guarda la tv. Come dire: tanto vale realizzare un progetto che getti il cuore oltre l'ostacolo.

Protesta il Moige: «Non si discute sui contenuti dei programmi - afferma Elisabetta Scala, presidente nazionale - ma vogliamo richiamare l'attenzione sui gravi rischi inerenti la crescita fisica e psicologica di neonati e bambini fino ai 36 mesi». Ma da Sky si replica che il nuovo canale andrà ad integrare un segmento nel quale è già attivo da anni un canale Rai, Raisat YoYo.

Ma che cosa c'è, dentro Baby Tv? Ci sono programmi dai ritmi distesi e dai dialoghi semplici. Molto ripetuti, essendo l'iterazione uno dei principi base non solo della comicità, ma anche di tutto il mondo dello spettacolo. Anche dell'apprendimento. Ogni episodio dura pochi minuti: e da questo particolare la tv per grandi avrebbe molto da imparare. Tutte le trasmissioni offrono idee per giochi da fare insieme, tra bambini e con i genitori,

storie da inventare, canzoni da condividere. Di giorno, musica, colori, animali, numeri da imparare, da scoprire, da conoscere. La sera, immagini e musiche più rilassanti, adatte a conciliare la nanna. E insomma: si può fare tutto, e questa Baby rete sarà fatta benissimo. Però che tristezza, questo nostro bambino moderno gattinante di fronte alla tv maestra: buona, cattiva, chissà.

LE RASSICURAZIONI

«I contenuti sono studiati con gli psicologi. E non c'è alcuna forma di pubblicità»

I RISCHI

Così si fidelizza l'utente praticamente dalla nascita. E anche mamma e papà



La sociologa

“Ben vengano i programmi che aiutano a crescere”



Marina D'Amato è docente di Sociologia dell'infanzia nell'Università Roma Tre. Contrariamente alle facili previsioni, non chiude la porta in faccia a questo esperimento.

Che dice di Baby Tv?
«Mi pare che riprenda un filone degli Anni Cinquanta, quando la Bbc introdusse nel palinsesto i programmi per bambini con l'intento di «educare divertendo». Su quella scia si sviluppò una tv pedagogica anche negli Stati Uniti: *Sesame Street*, per esempio, fu una sfida straordinaria in un Paese dove l'integrazione era il problema principale; il programma aiutava i bambini a riconoscere le differenze etniche, religiose, linguistiche, rispettandole».

Ma la tivù può stimolare la fantasia?
«Da qualche generazione la fantasia è in vendita e per iden-

tificarsi con il personaggio è sufficiente acquistarlo. Questa Baby Tv dovrebbe offrire invece un'alternativa. Adotta colori tenui, musiche accattivanti, lentezza e ripetitività perché vuole offrire una possibilità non di svago passivo ma di divertimento attivo, stimolando curiosità e interesse da parte dei piccoli. La logica è fondata sulle libere associazioni, sulla deduzione e sull'induzione e gli ambiti tematici variano dalla dimensione scientifica a quella umanistica».

La cosa che le piace di più della rete?

«Il fatto che i bambini italiani non vengono trattati come potenziali consumatori e come mediatori di consumi: qui non ci sono storie televisive, per lo più cartoni animati, interrotte da spot che inducono all'acquisto. Mi sembra già un bel passo avanti».

[ALE. COM.]

La neuropsichiatra

“Sono piccoli per imparare. Meglio le favole dei genitori”



Patrizia Erlicher è neuropsichiatra e psicoterapeuta infantile. Vive a Monza e lavora come consulente al Niguarda di Milano.

Dottressa Erlicher, ha sentito? Un canale tv dedicato ai poppanti. Cosa ne pensa?

«Mi riesce difficile esprimere un'opinione su una cosa che non conosco. In linea teorica, comunque, quella da zero a tre anni è un'età davvero molto bassa. Mi sembra improbabile che possa essere educativa, la televisione, a quell'età».

Eppure i responsabili della rete garantiscono «una programmazione che favorisca nel bambino l'apprendimento e la consapevolezza di sé».

«Io credo che a quell'età venga favorito l'apprendimento soprattutto attraverso la relazione con gli adulti. Nei neonati vanno stimolate la ri-

sposta motoria e la partecipazione attiva, e mettere un bimbo di due anni davanti alla tv non esercita certo abilità in questo senso, ma solo dal punto di vista visivo e uditivo. Un po' poco».

I detrattori sostengono che in realtà l'obiettivo del nuovo canale sarebbe la fidelizzazione del bambino. Il fatto cioè di creargli una sorta di «dipendenza» inconscia dalla televisione. Può davvero essere così?

«Non so se guardare la tv possa esporre un bambino così piccolo a una qualche forma di dipendenza. Di certo non mi sembra un buon strumento educativo».

La tivù non può servire al bebè nemmeno come effetto-culla prima della nanna?

«Penso sia molto meglio che mamma e papà gli raccontino una storia».

[ALE. COM.]