

---

## 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».