
Altro che Auditel, ora c'è Sotel

Autore: Claudia Di Lorenzi

Fonte: Città Nuova

Fondata da Aiart e Club Santa Chiara un nuovo sistema che consente all'utente di esprimere la propria opinione sui programmi e sui protagonisti della tv

Si sa, a sancire il successo dei programmi televisivi sono in molti casi i dati auditel, che misurano gli ascolti. Gli stessi che orientano le aziende che vogliono investire in pubblicità e che cercano grandi platee. In vero però i numeri raccolti dal sistema di rilevazione – della cui affidabilità sono in molti a dubitare – forniscono una sola informazione: il numero percentuale dei televisori che a una data ora è sintonizzato su un dato canale. Ma nulla dicono sul numero delle persone che sono davanti alla tv, laddove questa non resti accesa in stanze vuote; se la guardino oppure la usino come sottofondo; né, soprattutto, cosa pensino dei programmi in onda: li apprezzano o no? E perché? Insomma, per cogliere il gradimento dei telespettatori italiani non resta che affidarsi a dati empirici, come il numero e il contenuto dei tweet postati nel corso del programma, o chiedere un riscontro ad associazioni ed enti di tutela dei telespettatori che raccolgono segnalazioni e appelli, per lo più da utenti delusi.

Che fare allora per sondare il reale apprezzamento di programmi e tg? L'idea è venuta all'**Aiart - Associazione Spettatori** e al **Club Santa Chiara** che hanno ideato **SOTEL**, un sistema che consente all'utente di esprimere la propria opinione su contenuti e protagonisti della tv. **Armando Fumagalli**, docente di Semiotica dell'Università Cattolica di Milano e responsabile del Comitato Scientifico SOTEL.tv, spiega come funziona:

«Le persone possono chiamare il numero 199.24.24.20 (numero a pagamento, ndr), dare un voto da 1 a 5 e magari fare un commento, o andare sul sito www.sotel.tv esprimere un giudizio e indicare il motivo del voto. Ci sono poi servizi accessori, come la possibilità di votare il tg e il presentatore preferito, o consultare una guida tv sulla programmazione dei diversi canali».

Come vengono elaborate queste opinioni?

«Abbiamo iniziato con una fase sperimentale il 1 novembre e ora elaboriamo report mensili. Siamo all'inizio della corsa e stiamo riscaldando i motori. Inoltre sul sito è disponibile una graduatoria di programmi, canali e presentatori. Basta inserire nel motore di ricerca interno il nome di un programma e si risale ai voti ricevuti e ai commenti recenti».

Cosa mostrano le prime osservazioni?

«Si lamenta la ripetitività di alcuni programmi di intrattenimento, il fatto che scadono in volgarità e in piccole trasgressioni. Il pubblico lamenta l'eccessiva politicizzazione delle trasmissioni di comicità, e

questo vale anche per il programma di **Fabio Fazio**, che pure è generalmente apprezzato. La fiction italiana ha buoni consensi: voti alti hanno ottenuto la serie “Don Matteo” (nella foto, ndr), il film “Un matrimonio” del regista **Pupi Avati** e la mini serie “Anna Karenina”. Interessante è il successo ottenuto dalla serie “Downton Abbey III”, molto nota all'estero, ma poco in Italia, che comunque ha ottenuto il massimo del punteggio. Riguardo l'informazione giornalistica, Tg3 e Tg4 sono valutati come troppo di parte mentre il più apprezzato è il TgLa7».

Come si spiega il giudizio severo che determina il flop di alcuni programmi?

«La mia esperienza mi dice che chi fa televisione spesso è molto distante psicologicamente dal pubblico che guarda i programmi: accade che autori e produttori talvolta vivano un po' nel loro mondo, magari non hanno figli e non pensano che davanti alla tv ci sono bambini, piuttosto si basano sulle aspettative dei loro pari, del gruppo di amici, e non tengono presente la varietà del pubblico che hanno di fronte. In questa prospettiva, dare un senso di realtà è molto utile».

Il sistema SOTEL resta però ad oggi poco conosciuto fra i telespettatori...

«Stiamo portando avanti una campagna di registrazione, abbiamo banner su molti siti, e abbiamo promosso spot su La7 e sulle reti Rai. Le reti Mediaset invece non hanno voluto ospitare i nostri promo. C'è poi una pagina Facebook che nasce con l'obiettivo di aumentare il numero di persone che si registrano e usano il sito».