

Videogiochi

Genitori e figli si incontrano

«I genitori che videogiocano condividono con i propri figli la dimensione primaria del divertimento e della piacevolezza; il giocare insieme attraverso la sfida o la complicità permette a ragazzi e genitori di “entrare nel mondo dell’altro” attraverso il canale del divertimento e del piacere, due elementi fondamentali allo sviluppo di relazioni fluide e appaganti». È quanto emerge da uno studio dell’Ispo sulle potenzialità dei videogiochi di mediare il rapporto tra genitori e figli. L’indagine – condotta su 600 famiglie con figli tra i 6 e i 17 anni – ha mostrato anzitutto che i videogiochi sono parte integrante del panorama quotidiano del 70 per cento delle famiglie italiane, dove almeno un figlio videogioca. Sul rapporto dei genitori coi videogiochi, lo studio mostra una frattura: da una parte i molto favorevoli, dall’altra quelli poco favorevoli. A fare la differenza anche l’attitudine al gioco dei genitori stessi: con l’esperienza diretta cadono i pregiudizi e i videogiochi sono valutati in base ai contenuti e all’uso che se ne fa. Il 40 per cento dei genitori pensa poi che i videogiochi favoriscano la relazione coi figli; sono soprattutto mamme e papà che abitualmente videogiocano coi loro ragazzi: in questa dimensione «i videogiochi sembrano capaci di tradurre i riti dell’infanzia in un linguaggio più adulto», passando dalla favola serale alla partita giocata insieme; di animare la condivisione e la complicità; di proporre esperienze positive di divertimento puro (essendo quasi totalmente disinvestiti di obiettivi educativi) e offrire un collante generazionale, nonché una palestra per i figli che cercano di emulare i genitori, in quella fase del processo di crescita che prevede la formazione di una propria identità. Resta da incentivare la conoscenza del Pegi, il sistema di protezione dai contenuti pericolosi: meno di un terzo dei genitori lo conosce e solo un quinto lo usa. ■



PC

Salvare la Terra

Finalmente, un videogame per difendere la Terra, non dagli alieni ma dal cambiamento climatico: si chiama *The fate of the world*, il destino del mondo, e funziona così: alla testa di un’organizzazione mondiale, si sceglie una missione (da salvare l’Amazzonia a combattere l’effetto serra) e si fanno viaggiare agenti per applicare le vostre scelte politiche, economiche e sociali. Ma attenzione: le popolazioni risponderanno attivamente e ogni decisione che verrà presa in un settore avrà impatto su un altro. Insomma, il destino del mondo non è proprio un gioco da ragazzi.

JUMO.COM**Un sito per volontari e Ong**

Nuova sfida del co-fondatore di Facebook, Chris Hughes, che ha lanciato un sito per promuovere cause umanitarie. Jumo.com intende infatti connettere «milioni di persone che lavorano per migliorare la vita degli altri» nelle Ong con «altri milioni che vogliono aiutare ma non sanno come». Si può accedere attraverso il proprio username di Facebook, cercare l’Ong con cui collaborare, ricevere notizie e contribuire con il proprio denaro, tempo e capacità.

AGCOM**Il pluralismo in tv**

L’Agcom definisce i criteri per la vigilanza sul rispetto del pluralismo politico e istituzionale nei telegiornali. Nei periodi non elettorali i dati che sono stati raccolti monitorando le edizioni andate in onda nell’arco della giornata saranno pubblicati sul sito dell’Authority a cadenza mensile; in campagna elettorale o referendaria saranno pubblicati invece a cadenza quindicinale fino alla presentazione delle candidature, e settimanale all’avvicinarsi della chiusura della campagna. Le valutazioni s’ispirano al principio della parità di trattamento, attribuendo peso prevalente al tempo di parola più che al tempo di antenna.