

Prima Pagina

dal 14/10/2013 al 20/10/2013 ▾

Martedì 15 Ottobre 2013

LA NUOVA STAGIONE

"Professionalità ed empatia la ricetta di Tv2000"

Il direttore Dino Boffo illustra le novità del palinsesto, a partire dal talent comunitario, una sorta di "X Factor" cattolico, che darà spazio ai cori di tutta Italia. Fra le novità, alcune prime serate giornalistiche e "Casa Zecchino" che racconta a genitori, bambini e nonni le canzoni che hanno fatto la storia dell'Antoniano. "La gente ha bisogno di raccontare ciò che Papa Francesco è per sé, e questo è un segno dei tempi"

M. Michela Nicolais

Un "X Factor" cattolico, ma che non esalta talenti individuali, bensì "comunitari". Si potrebbe definire così una delle novità del palinsesto di Tv2000, che darà spazio ai cori di tutta Italia: professionisti e dilettanti, maschili e femminili, di parrocchia e di montagna. Ad annunciare la messa in onda di questo innovativo spazio di prima serata è il direttore di Tv2000, **Dino Boffo**, che al Sir rivela il segreto del successo dell'emittente dei cattolici: due parole, "professionalità" ed "empatia", necessarie per raccontare alla gente Papa Francesco. E gli ascolti premiano questa linea: il 7 ottobre, sono stati oltre 3 milioni e 700 mila i contatti registrati da Tv2000 durante la maratona televisiva in diretta dedicata alla visita di Papa Francesco ad Assisi. La media di giornata è stata del 2.21% con picchi che hanno toccato l'8,44% nella mattina. Tra le 8.30 e le 11.30 gli ascolti sono stati sempre sopra il 5%. In questa fascia oraria la media è stata del 6.53%, dato che ha collocato Tv2000 al quinto posto della classifica delle tv generaliste italiane, subito dopo Rai1, Canale 5, La7 e Rai3.



Direttore, ci racconta il nuovo palinsesto?

"All'interno di 'Nel cuore dei giorni', l'unico programma della tv italiana che accompagna i telespettatori tutti i giorni, ininterrottamente, dal mattino alle 7 fino alle 22.20 e che tocca normalmente il 2% di share nella fascia di intrattenimento mattutino, per arrivare a percentuali che oscillano mediamente tra il 4 e il 5%, per quanto riguarda gli eventi con il Papa - abbiamo scelto di potenziare la fascia della prima serata, dove la concorrenza delle tv generaliste è più forte, con alcune prime serate giornalistiche: il lunedì va in onda 'Missioni. Nelle periferie del mondo', il mercoledì 'Una serata diversa', dove autorevoli esponenti del giornalismo e della cultura si confrontano in studio sulla catechesi tenuta dal Papa nell'udienza della mattina, e il venerdì 'Mediterraneo', un appuntamento per capire cosa sono, o non sono, state le 'primavere arabe'".

Ci sono poi due altre novità sul fronte "canoro"...

"E' vero, da dicembre partirà 'Casa zecchino', un programma in collaborazione con Lo zecchino d'Oro che racconta a genitori, bambini e nonni le canzoni che hanno fatto la storia dell'Antoniano. Mentre un vero e proprio 'talent cattolico' è 'Spazio arcobaleno - La Canzone di noi': un talent comunitario in cui, a partire da gennaio in prima serata gareggeranno cori in diretta, con tanto di prove e scrutinio della giuria. Siamo partiti dall'idea che, in un tempo grezzo come il nostro, il fatto che ci siano gruppi che in parrocchia si ritrovano più volte alla settimana per affinare la loro preparazione e il loro repertorio sia una forma alternativa non solo di occupare il tempo libero, ma anche di generare educazione e cultura. Nel nostro mondo abbiamo abilità incredibili ed assolutamente dimenticate: vere e proprie eccellenze che restano sepolte e sono neglette perché non è di moda ciò che sa di cattolico. Bisogna togliere questa coltre di supponenza, di distacco, di indifferenza, per far capire all'opinione pubblica che occorre abolire quegli steccati ingiusti che impediscono all'Italia di godere insieme dei talenti".

È vero che Tv2000 è sempre più vista come la "tv del Papa"?

"Questa per noi è stata una scoperta! Da molta gente semplice, del popolo, siamo chiamati 'la tv del Papa', definizione che certo ci lusinga ma è del tutto impropria, visto che la Santa Sede ha già una sua qualificata struttura, il Centro televisivo vaticano, da cui attingiamo peraltro anche noi le immagini. Un dato, però, è certo: noi riceviamo dalle 800 alle 1.200 telefonate al giorno, quasi tutte sul Papa. La gente ha bisogno di raccontare ciò che Papa Francesco è per sé, e questo è un segno dei tempi".

L'"effetto Francesco" richiede un supplemento di responsabilità da parte dei media...

"Certamente. Questo è un Papa volitivo, abituato a determinare e ad autodeterminarsi: rompe gli schemi, rompe le incrostazioni e ci obbliga a ripensare le nostre priorità. In poco tempo ha cancellato non la Curia, ma la corte papale: ha le idee talmente chiare da creare qualche rigetto, anche da parte della stampa. A me dispiace il rigetto aprioristico: chi fa questo tipo di operazione non l'ha ascoltato in maniera sufficiente. Papa Francesco è un Papa che piace, che impressiona, che colpisce per il feeling particolare che ha con la gente, ma non è un Papa che tradisce la linea di Pietro. Quando il Papa dice 'prima la salvezza, poi la morale' non dice nulla di diverso dal Concilio e da ciò che dicevano Giovanni Paolo II e Benedetto XVI, solo che lo dice in modo provocatorio, da scioccare gli interlocutori. Non c'è nessuno che non sia degno della salvezza, afferma Papa Francesco, perché tutti siamo peccatori e proprio per questo Dio ci cerca e ci ama. Va da sé che se un cristiano accetta di essere salvato, cambia vita: ma lui comincia dall'amore, non dalla morale, e ciò scandalizza. Per 'raccontare' questo Papa, ci vuole professionalità - che significa niente improvvisazione, ripetitività, ritualità - ed empatia, ossia una qualità di mediazione giornalistica che implica immedesimazione nello stupore senza cedere alla cortigianeria".