

«Non è scuola di formazione aziendale»

Il direttore generale del master, Marco Fanti, illustra gli obiettivi

L'OFFERTA È ALLETTANTE, ma cosa offre veramente in più il master proposto dal consorzio tra **Iulm** e **Mediaset**? In primis, chi lo frequenta trova poi un lavoro che corrisponde alle aspettative e al capitale investito? Lo abbiamo chiesto a **Marco Fanti** che di questo master è direttore generale. «La collaborazione con Mediaset è iniziata a partire del 2004 - esordisce Fanti - e i diplomati dal 2003 al 2005 sono stati 33. Tutti gli allievi delle

precedenti edizioni, finora, hanno trovato occupazione nelle seguenti redazioni: **Provincia di Varese, Tv Sorrisi e Canzoni, Provincia di Como, Telecolor, Gazzetta dello Sport, Mtv, Rai Sat2000, Repubblica.it, Affari e Finanza, Telenova, ApCom, Secolo XIX, Sky Sport, Corriere Adriatico, Telelombardia, Gioia, Ansa, Anna, Radio24, Eco di Bergamo**». Fanti rivendica al master del Consorzio la qualità precipua di essere «un'iniziativa al "fare"» ovvero un biennio dove il rapporto tra teoria e preassi è declinato al meglio perché gli studenti dispongono di «due redazioni digitali nelle quali produrre contenuti giornalistici con mezzi diversi». Infatti un laboratorio ha sede presso lo Iulm ed è guidato da **Ivan Berni**, e adesso ha a disposizione anche una testata elettronica nuova di zecca; mentre l'altro che ha sede nel palazzo dei Cigni di Milano 2 è sotto l'egida di **Paolo Liguori** che si è scoperto una vera «vocazione a trasferire la sua esperienza ai ragazzi».

Ma tanta attenzione alla forma-

zione da parte di un'azienda come Mediaset fa nascere il sospetto che, al di là delle dichiarazioni di principio, l'intenzione sia quella di disporre di una scuola di formazione aziendale, un vivaio dalla quale "pescare" i talenti migliori per rifornire il cantiere di giornalisti giovani e a basso costo ma già perfettamente a conoscenza delle tecniche di produzione del gruppo di Cologno. Fanti nega questo scenario «non è un impegno di facciata, ma non è neppure una scuola aziendale. E non lo è perché non potremmo assorbirli tutti. Lo scopo è destinare al mercato giovani preparati». E, per dimostrarlo, cita le testate tv nelle quali si sono svolti gli stage dal 2003 al 2006: «**Tg2 Rai, Rai News 24, Report, Tg 3, Tgr Basilicata, Tg 5, Studio Aperto, Tg 4, Tg Com, Studio sport, Sky News 24, Telelombardia, Televip, Telereporter, Telenova, Sat 2000, Primo Canale, Telecolor**».

Infine una parola sul Dtt: «crediamo molto nel futuro del digitale».

A. M.