

Osservatorio Media del Moige

Movimento Italiano Genitori

un anno di zapping

guida critica ai programmi televisivi
family friendly

STAGIONE TELEVISIVA - 2014/2015



moige

Osservatorio Media del Moige

Movimento Italiano Genitori

coordinato da
Elisabetta Scala

a cura di
Marida Caterini

un anno di zapping

guida critica ai programmi televisivi
family friendly

STAGIONE TELEVISIVA - 2014/2015

indice

Prefazione	7
<hr/>	
<i>Antonio Martusciello</i>	
Introduzione	9
<hr/>	
<i>Maria Rita Munizzi, Elisabetta Scala</i>	
Legenda dei simboli	11 e 326
<hr/>	
Schede dei programmi	13
<hr/>	
Indice dei programmi	327
<hr/>	
Glossario dei termini tecnici	339
<hr/>	
Note professionali degli autori	341
<hr/>	

prefazione

Media e minori: una relazione che viene posta all'attenzione dell'opinione pubblica spesso soltanto quando un fatto di cronaca induce l'interrogativo di una potenziale influenza della tv sul comportamento dei bambini. Si mette in moto così il *sistema mediatico* che coinvolge esperti e giornalisti nel tentativo di rappresentare diversi punti di vista. Ciò avviene, spesso, in maniera impulsiva a causa di una spasmodica ricerca di una ricostruzione logica che giustifichi quel comportamento. Il dibattito si alimenta poi attraverso la dialettica dei due schieramenti: gli apocalittici, che attribuiscono ai mezzi di comunicazione la capacità di incidere sugli atteggiamenti degli utenti senza che questi possano difendersi; gli integrati, più propensi a valorizzare le scelte del pubblico "attivo", che soddisfa, attraverso il telecomando, i propri bisogni e i propri interessi.

Gran parte degli studi scientifici, riportati in modo sistematico nel Libro Bianco realizzato dall'Agcom in collaborazione con il Censis, evidenziano il superamento di questo scenario, che si adatta alla narrazione giornalistica, ma non risponde più alla realtà attuale del consumo di comunicazione in un contesto digitalizzato, convergente, ossia "multischermo" e "multipiattaforma". Si rende dunque necessaria una riflessione sull'impatto dei mass media in maniera più strutturata e approfondita, tenendo presente la complessità attuale del panorama mediatico. In diversi contributi del settore si riscontra la concorde opinione che l'influenza della tv sui minori non sia diretta, ma risulti mediata da diversi fattori, come la famiglia, la scuola e gli amici. Che produca effetti positivi o negativi, la televisione svolge un ruolo di "rinforzo", vale a dire accentua alcune inclinazioni dei singoli fruitori in misura simmetrica e proporzionale: i ragazzi più "attivi" saranno indotti a un uso informativo dei media, mentre i minori meno reattivi adotteranno una fruizione tendenzialmente passiva, servendosi del piccolo schermo come fonte d'intrattenimento.

Sul fronte dell'esposizione alla violenza nei contenuti audiovisivi, la letteratura specializzata statunitense ha evidenziato il cosiddetto "effetto spettatore", mostrando che una prolungata esposizione dei minori a questo genere di contenuti comporta "la diminuzione di stati empatici verso le vittime della violenza con evidenti conseguenze anche a livello comportamentale".

Pertanto, la televisione incide anche sulla costruzione sociale della realtà, alimentando, con le sue rappre-

sentazioni, alcuni stereotipi di genere, l'idea che si possiede di alcuni sentimenti e soprattutto alcuni comportamenti sessuali, acquisiti in determinate circostanze proprio grazie al mezzo televisivo.

A fronte di tali evidenze, l'intervento di protezione e tutela dei minori, inteso come opportunità di crescita e sviluppo del senso critico rispetto alla vasta offerta di contenuti audiovisivi disponibili sulle varie piattaforme, non può limitarsi al necessario *enforcement* normativo e regolamentare, dovendo trovare un complemento nella consapevolezza nell'uso dei media. È quindi necessario riconoscere il valore della Media Education intesa come complesso delle azioni educative finalizzate a dotare gli utenti degli strumenti cognitivi necessari ad agire in qualità di fruitori critici. In quest'ambito emerge con forza anche il ruolo attivo dei genitori nell'orientamento e nella costruzione della dieta mediale dei figli, affinché sia sempre più ricca di contenuti costruttivi che incentivino il loro apprendimento.

In questo senso "Un anno di zapping" si propone come un utile strumento che consente alle famiglie di disporre di un quadro chiaro del panorama televisivo italiano, attraverso la (ri)scoperta dei programmi in base a un insieme di valori propri di una tv family friendly.

Questa guida critica è a disposizione di tutti gli adulti, soprattutto di coloro che avvertono maggiormente l'esigenza di accompagnare i giovani in una fruizione televisiva più consapevole, che li catturi senza impressionarli. La tv amica della famiglia è un obiettivo possibile grazie al contributo di tutti: dal legislatore, da cui si auspica un intervento normativo più mirato ed efficace, agli stessi operatori della comunicazione e addetti ai lavori, investiti della responsabilità, anzitutto etica, di tutelare i minori proponendo una televisione di qualità che rappresenti al pubblico giovane i valori illustrati in questa avventurosa guida.

ANTONIO MARTUSCIELLO

Commissario dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni

Il mondo della televisione è in continua evoluzione. Nascono e si sviluppano nuove forme di intrattenimento per adulti e minori, nuove fiction e serie tv, nuovi spot, nuovi canali. Tutti con il comune obiettivo di arrivare al pubblico, di catturare la sua attenzione e conquistare il primato nello share e negli ascolti. Ma siamo sicuri che questo sia l'unico criterio che conta per parlare di buona televisione? No di certo, anche perché i numeri non riescono a evidenziare, nella varietà dell'audience, le esigenze dei minori davanti al piccolo schermo. Ed è proprio in funzione della loro tutela che la tv dovrebbe trovare il coraggio di proporre sempre più programmi adatti a tutta la famiglia che, oltre a divertire e informare, trasmettano anche valori positivi family friendly. Il punto fermo dinanzi a questi cambiamenti costanti e repentini è "Un anno di zapping", la guida critica alla programmazione televisiva italiana che, per l'ottavo anno, recensisce il meglio e il peggio della nostra tv. Un'edizione ancor più ricca, come esige appunto l'attuale sistema radiotelevisivo, che arriva a contare 300 programmi, di cui 49 spot, selezionati tra quelli trasmessi da settembre 2014 a maggio 2015 in fascia protetta (07,00-22,30) e che sono stati esaminati anche grazie alle numerose segnalazioni pervenute al nostro Osservatorio Media, tramite il numero verde 800.93.70.70, il sito www.moige.it e le nostre pagine Facebook e Twitter.

Si confermano anche quest'anno le 4 categorie della precedente edizione e i criteri guida nel giudizio complessivo di programmi e pubblicità. Abbiamo premiato "Fiction, serie tv e soap opera" che si distinguono per una rappresentazione della realtà autentica, che privilegiano i legami familiari e danno il giusto valore all'affettività. Dal mare magnum dell'"Intrattenimento, cultura, docu-fiction e reality" abbiamo "pescato" le trasmissioni più stimolanti che veicolano messaggi positivi sia per gli adulti che per i minori. Le eccellenze della "Tv per bambini e ragazzi" si contraddistinguono, invece, per l'uso di un linguaggio adatto all'età dei piccoli telespettatori, che riesce a far coesistere la fantasia e le qualità umane concrete. Abbiamo riconosciuto, infine, ad alcuni "Spot" la capacità di unire la finalità commerciale di vendita del prodotto con l'ironia, la bellezza e l'eleganza. Tutto questo è "Un anno di zapping" che si propone dunque come una guida family friendly pensata non solo per i genitori, che vogliono orientarsi nella giungla della tv digitale e satellitare, ma anche per i

direttori di rete, gli addetti ai lavori e i pubblicitari, come spunto di riflessione per migliorare l'offerta televisiva tenendo conto di tutta la famiglia. Dimostrare che la tv di qualità è ancora possibile, senza ricorrere a sensazionalismi o cadute di stile oggi purtroppo ancora frequenti, rappresenterà sempre più la sfida di tutti.

MARIA RITA MUNIZZI

Presidente Nazionale Moige

ELISABETTA SCALA

Responsabile Osservatorio Media Moige

legenda dei simboli

PREMIO MOIGE

è la classificazione più alta, indica un programma qualitativamente significativo, da vedere con tutta la famiglia, e in grado di offrire buone potenzialità educative. Il simbolo premia lo sforzo riuscito di una televisione che sa conciliare con gli obiettivi di share qualità del prodotto, necessità di intrattenimento, toni e contenuti adatti alla visione familiare.

STELLA

programma positivo, che abbina contenuti validi e interessanti a una buona forma tecnica, adeguata alle caratteristiche del genere televisivo a cui appartiene il programma.

FACCETTA SORRIDENTE

programma qualitativamente buono, senza elementi trash o contenuti inappropriati.

FACCETTA MEDIA

programma non meritevole di una particolare segnalazione positiva, ma neanche di un giudizio negativo.

FACCETTA TRISTE

programma di qualità piuttosto scadente, con elementi di criticità.

BIDONCINO DEL TRASH

programma di scarsa qualità, che si nutre del gossip e dello scandalo, o tende a trattare con leggerezza temi sociali importanti, spettacolarizzando il dolore umano e non risparmiando volgarità gratuita, ecc., irrispettoso dell'intelligenza, del buon gusto e della sensibilità degli spettatori e soprattutto dei minori.



Schede dei programmi

**FICTION
SERIE TV
SOAP OPERA**

2 broke girls



Max e Caroline lavorano come cameriere in una tavola calda dei bassifondi di Brooklyn ma sognano di aprire una pasticceria in cui vendere i loro speciali cupcake.

Una mora e l'altra bionda, le protagoniste incarnano due differenti stereotipi giovanili: la ragazza disincantata dal passato difficile e la figlia di papà abituata al benessere e alla ricchezza. Pur provenendo da esperienze di vita differenti, le giovani donne instaurano un rapporto di profonda amicizia che consolida ancor più il proposito di unire il proprio futuro professionale. Amicizia e prospettive lavorative rappresentano certamente validi elementi narrativi. Ma il messaggio positivo, purtroppo, viene dequalificato dal contesto grossolano e volgare in cui la vicenda si svolge.

Il linguaggio è troppo ridondante di battute taglienti, ciniche, scurrili e a sfondo sessuale con costanti allusioni a doppi sensi inopportuni per la fascia oraria di programmazione.

Proprio sui dialoghi troppo coloriti è basata la sceneggiatura: ha voluto rincorrere l'effetto comico in un contesto giovanilistico erroneamente considerato a prova di trasgressione e quindi libero di esprimersi in maniera troppo sboccata.

Una tale apologia dei doppi sensi, inizialmente relegata in tarda seconda serata, è approdata, inopportunamente, nel primo pomeriggio della più giovane rete Mediaset.

Rete: Italia 1

Genere: Serie tv

Produzione: Warner Bros Television

Regia: Don Scardino, Fred Savage, Phill Lewis, Jean Sagal

Sceneggiatori: Whitney Cummings, Michael Patrick King,

Interpreti: Kat Dennings, Beth Behrs, Garrett Morris, Jonathan Kite, Matthew Moy, Jennifer Coolidge

In onda: da lunedì 15 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 15,00

Durata: 96x20'

Ascolti medi: 729.200 telespettatori; 5.7% share



Rete: Sky Atlantic
Genere: Serie TV
Produzione: Wildside
Regia: Giuseppe Gagliardi
Autori/Sceneggiatori: Alessandro Fabbri, Ludovica Rampoldi, Stefano Sardo
Interpreti: Stefano Accorsi, Guido Caprino, Miriam Leone, Domenico Diele, Tea Falco, Alessandro Roja
In onda: da lunedì 24 marzo a martedì 21 aprile, il martedì, alle 21,10
Durata: 5x100'
Ascolti medi: 991.000 telespettatori; share n.p.

Gli anni di Tangentopoli raccontati attraverso una ricostruzione a metà strada tra realtà e fantasia. Gli eventi reali, iniziati con l'arresto di Mario Chiesa il 17 febbraio del 1992, sono rievocati con una certa precisione storica, ma accanto ai protagonisti veri dell'epoca sono stati aggiunti personaggi di fantasia caratterizzati da un arrisamento che non conosce ostacoli. Tra corruzione, tangenti, atmosfere ambigue, la narrazione procede attraverso i soliti cliché della fiction generalista senza spiragli di originalità. Lo sfrenato desiderio di conquistare il potere viene delineato e documentato anche nel panorama televisivo. Un esempio per tutti: la soubrette Veronica Castello che, senza alcuno scrupolo di carattere morale, mira a diventare una star del piccolo schermo. Elemento che si inserisce nel quadro complessivo di totale degrado dei valori etici nel quale scene discutibili si susseguono a ritmo continuo. Un racconto in cui i sentimenti non hanno alcun valore, mortificati per il raggiungimento di scopi ben determinati: corsa al potere e ai soldi accettando qualsiasi compromesso. Sotto questo punto di vista, la serie mostra, senza fare sconti a nessuno, il lato più oscuro e deprecabile dei potenti e di chi, partendo da una condizione inferiore, si industria in qualsiasi modo, per compiere la propria scalata al potere.



Una vera e propria novità nel palinsesto di LA7, rete all news che, per la prima volta, propone una telenovela nel tentativo di conquistare un pubblico più national-popolare. Si è voluto cavalcare l'onda lunga del successo ottenuto in Italia da Il segreto (Canale 5). Non a caso, anche Amare per sempre, proviene dalla penisola iberica. Gli ingredienti son tipici della soap opera: amori, intrighi, conflitti e lotta sociale sullo sfondo della Spagna nei difficili anni del regime franchista, nato dalle ceneri della guerra civile. La trama è basata sull'amore tra Alfonso Garcia, di umili origini, e Ana Rivas, proveniente da una ricca famiglia proprietaria di grandi magazzini. Al loro complicato rapporto si sovrappongono le passioni e i tormenti di Teresa, sorella di Alfonso e amica di Ana. La presenza di Hector Perea, commissario di polizia innamorato di Teresa, complica ulteriormente gli intrecci. La rappresentazione dei sentimenti che emerge da Amare per sempre è superficiale perché rispecchia i classici stereotipi della telenovela. La lotta sociale, che avrebbe potuto qualificare il racconto, rimane invece sullo sfondo ed è affrontata con approssimazione. Allo stesso modo, viene fuori una dimensione familiare poco edificante con modelli di comportamento non condivisibili. La telenovela è chiaramente rivolta ad un pubblico femminile di età media, ma poco adatta alla collocazione pomeridiana.

Rete: LA7
Genere: Soap opera
Produzione: Diagonal TV
Regia: Eduardo Casanova
Autori/Sceneggiatori: Josep Maria Benet i Jornet, Antonio Onetti, Rodolf Sirera, Manel Cubedo, Miriam García Montero
Interpreti: Marina San José, Álex García, Carlota Olcina, Javier Collado, Manuel Bandera
In onda: da lunedì 13 aprile, dal lunedì al venerdì alle 17,00
Durata: 60'
Ascolti medi: 66.200 telespettatori; 0.70% share (fino al 30 aprile)

Angeli

Una storia d'amore



Rete: Canale 5
Genere: Fiction
Produzione: Casanova Multimedia S.p.a
Regia: Stefano Reali
Sceneggiatori: Stefano Reali, Uski Audino, Roberta Colombo, Alessandra Neri, Alberto Amoretti
Interpreti: Vanessa Incontrada, Raoul Bova, Ugo Pagliai
In onda: mercoledì 8 ottobre, alle 21,10
Durata: 1x97'
Ascolti medi: 4.701.000 telespettatori; 18.03% share

Claudio (Raoul Bova), uomo di gran fascino e di indiscutibile appeal, è sempre stato un "tombeur de femmes", fino al giorno in cui conosce Luisa (Vanessa Incontrada) di cui si innamora perdutamente. A vegliare su di lui, l'angelo mentore Uriel (Ugo Pagliai) che ne osserva l'esistenza terrena.

Conquistato da un amore schietto e pulito Claudio, nel momento in cui Luisa, in seguito a un incidente rischia la morte, urla la propria disperazione al cielo chiedendo che prendano lui al posto di Luisa.

Chiaramente ispirato a City of Angels con Nicolas Cage e Meg Ryan, il film non brilla per originalità. Ma è una favola moderna nella quale è insito un messaggio positivo di speranza e cambiamento. Vi è, infatti, ben delineata la possibilità di poter aspirare a una vita migliore e redimersi secondo il dettato evangelico. Chiunque, insomma, può avere una seconda chance, persino un latin lover egoista e superficiale come Claudio. Il finale positivo è assicurato e scivola nell'animo del telespettatore come una sorta di balsamo lenitivo di una quotidianità spesso molto difficile da affrontare. Il cast e gli autori di Angeli sembrano comunicare che i miracoli possono avvenire e non è mai troppo tardi per migliorare la propria esistenza. In quest'ottica il tv movie ha tutte le caratteristiche per essere fruibile dall'intera famiglia.

Beautiful



A distanza di 27 anni, proseguono le vicende dei Logan e della famiglia Forrester, proprietaria della casa di moda "Forrester Creations". A fare da cornice alle intricate storie d'amore e di affari è la soleggiata Los Angeles, anche se la maggior parte delle riprese viene effettuata all'interno di lussuosi uffici e abitazioni da milioni di dollari.

In questi scenari si consumano torbide relazioni amorose fondate su tradimenti, bugie, segreti e calunnie. I protagonisti, nonostante il trascorrere degli anni, sono sempre dominati dalle solite irrefrenabili passioni di gioventù. Modelli totalmente negativi di comportamento anche per la loro numerosa prole.

La soap opera mostra genitori emotivamente instabili che vivono l'affettività con imbarazzante immaturità, instaurando legami amorosi persino al limite dell'incesto. Istituzioni consolidate come il matrimonio vengono fortemente banalizzate: innamoramenti lampo, nozze improvvisate continuano a susseguirsi in un "tourbillon" di intrecci che, puntualmente, fanno naufragare una relazione per far spazio alla successiva.

Oltre le passioni amorose, il potere, la rincorsa al successo e al denaro, gli intrighi anche aziendali e commerciali, rappresentano le "fil rouge" della sceneggiatura. Il risultato è un'avvilente fotografia della società, priva di qualsiasi valore sia nella sfera affettiva che in quella lavorativa.

Rete: Canale 5
Genere: Soap opera
Produzione: Bell-Phillips Television Productions Inc.
Regia: Michael Stich, Deveney Kelly, Cynthia J. Popp, David Shaughnessy, Jennifer Howard
Sceneggiatori: Bradley Bell, Michael Minnis
Interpreti: John McCook, Katherine Kelly Lang, Thorsten Kaye, Don Diamont
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al sabato, alle 13,40
Durata: 20'
Ascolti medi: 3.352.000 telespettatori; 21.05% share

Braccialetti Rossi 2



Rete:Rai 1
Genere: Serie tv,
Produzione: Apulia Film Commission, Palomar, Rai Fiction
Regia: Giacomo Campiotti
Sceneggiatori: Giacomo Campiotti, Sandro Petraglia
Interpreti: Carmine Buschini, Brando Pacitto, Pio Luigi Piscitelli, Aurora Ruffino
In onda: dal 15 febbraio al 15 marzo, la domenica, alle 21,10
Durata: 5x100'
Ascolti medi: 6.479.000 telespettatori; 23.77% share

La seconda stagione della serie ha mostrato un'involuzione qualitativa con ripercussioni sulla credibilità delle situazioni presentate. Carente, in più casi, la presenza delle famiglie accanto ai giovani ospedalizzati. La sceneggiatura ha puntato i riflettori quasi esclusivamente sulle relazioni tra i pazienti con i braccialetti rossi, amplificando il dramma della malattia affrontata con un approccio volutamente più drammatico.

Tra le situazioni meno credibili la solitudine di Leo e della new entry Nina nell'affrontare i terribili responsi degli esami medici. La mortificazione della componente familiare non rende un buon servizio al pubblico giovanile che ha amato i protagonisti e si è lasciato emozionare dalle loro vicende. Sarebbe stato necessario, proprio per questi motivi, dare il giusto valore alla figura genitoriale come supporto e conforto accanto ai figli affetti da gravissime patologie.

Fortunatamente la serie si riscatta nel finale trasmettendo messaggi positivi: l'amicizia e la solidarietà dei braccialetti rossi convincono Leo a continuare la sua lotta contro il tumore. Alla malattia è riconosciuto il merito di valorizzare sentimenti ed emozioni spesso sottovalutati in una persona sana. Infine viene esaltato il valore catartico del perdono. Il risveglio dal coma di Bea avviene solo quando Chicco, responsabile dell'incidente di cui è stata vittima, viene abbracciato dai genitori della ragazza.

Che Dio ci aiuti 3



Sarebbe riduttivo definire Suor Angela la versione femminile di Don Matteo. In Che Dio ci aiuti 3 la religiosa, che nel frattempo è divenuta docente, manifesta la capacità di avvicinarsi ai giovani con la necessaria comprensione dovuta alle loro problematiche.

Una funzione materna, amichevole, una solidarietà verso gli altri che, nei momenti più duri, si materializza nell'esclamazione quasi liberatoria "Che Dio ci aiuti".

La serie valorizza, con credibilità, il sentimento dell'amicizia e del rispetto reciproco. Nel convitto di Suor Angela si respira un'atmosfera di familiare complicità che, comunque, non annulla le consuete discussioni, le piccole invidie e le gelosie che caratterizzano l'universo giovanile.

Su tutto svetta la figura rassicurante di Suor Angela, esempio di dedizione e di disponibilità. Una figura di alto spessore educativo, mai noiosa, che agisce in un'atmosfera cordiale riuscendo a sdrammatizzare e risolvere anche i problemi più complessi. Nella commedia, dai toni moderni, ognuno ha un ruolo specifico che rifugge da rancori o vendette. Unico dictat di Suor Angela è la solidarietà.

Questi valori positivi, si integrano con il messaggio edificante di volgere al bene ogni possibile esperienza negativa del passato. E in una società, come l'attuale, nella quale violenza e prevaricazione rischiano di avere un ruolo predominante, Che Dio ci aiuti dimostra che basta poco per avvicinare il prossimo nello spirito evangelico.

Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: Lux Vide, Rai Fiction
Sceneggiatori: Elena Bucaccio, Head Writier, più sceneggiatori di puntate
Regia: Francesco Vicario
Interpreti: Elena Sofia Ricci, Francesca Chillemi, Valeria Fabrizi, Lino Guanciale
In onda: dal 25 settembre al 27 novembre, il giovedì, alle 21,10
Durata: 10x104'
Ascolti medi: 6.724.000 telespettatori; 26.91% share

Cold Case

Delitti irrisolti



Rete: Rai 2
Genere: Serie tv,
Produzione: CBS Productions, Warner Bros Television
Regia: AV.VV.
Sceneggiatori: AA.VV.
Interpreti: John Finn, Kathryn Morris, Danny Pino, Jeremy Ratchford
In onda: dal 1 settembre, dal lunedì al venerdì alle 17,00
Durata: 41'
Ascolti medi: n.p.

Casi irrisolti che tornano alla ribalta, anche dopo lunghi anni, per essere oggetto di nuove indagini. Casi sui quali non è mai stata fatta luce, archiviati in una sorta di limbo, in attesa che la verità possa essere accertata. Si tratta prevalentemente di fatti di cronaca nera ricchi di violenza, scene cruente e situazioni discutibili: delitti consumati anche tra le mura domestiche, episodi di razzismo, spaccio di stupefacenti, armi da fuoco che uccidono con troppa facilità. Da una parte lo spaccato di una società afflitta da drammi mai risolti, dall'altra una squadra di poliziotti, con a capo una donna, che indaga e riesce puntualmente a chiarire tutti i misteri insoluti di casi accaduti anche cinquant'anni prima.

Alla fine la verità trionfa sempre e i colpevoli vengono scoperti eliminando le ombre sui crimini del passato. È questo l'aspetto decisamente positivo della serie: una sorta di messaggio subliminale a non perdere la fiducia nella giustizia, anche se tardiva.

Elementi che non sono sufficienti però ad assolvere la serie basata unicamente su storie dure e discutibili ispirate nella quasi totalità, a fatti realmente avvenuti. La serie tv non risulta idonea alla visione da parte del pubblico più giovane che si trova dinanzi ad una società senza altri valori al di fuori della violenza, della prevaricazione e della corsa al denaro.

Con il sole negli occhi



La vicenda coniuga le drammatiche tematiche dell'immigrazione e sentimenti privati di una donna abbandonata. Sono quindi analizzate due solitudini: la prima espressione di un dolore universale, l'altra di una sofferenza intima e frustrante. Carla, giovane e brillante avvocato abbandonata dal marito vede sgretolarsi la propria famiglia, ma riesce a ricostruire una sua identità affettiva grazie all'incontro con Marhaba, un piccolo profugo siriano arrivato a Lampedusa perché in fuga dalla guerra nel suo paese. Tutta la storia si snoda sui binari dell'amore e della solidarietà da parte di Carla che dimentica la propria sofferenza per alleviare quella del bimbo. Marhaba saprà ricompensare Carla, che lo ha accolto e aiutato, con il suo amore semplice, intenso e gratificante. Da sottolineare il forte sentimento materno di Carla che, pur non avendo avuto figli, affronta e supera ogni tipo di ostacolo per consentire al bimbo di ritrovare il suo passato, la sua vita, il suo nome; espressione della maternità nel senso più profondo.

Pupi Avati racconta con delicatezza e partecipazione, porta all'attenzione del pubblico televisivo i risvolti, spesso ignorati, del dramma dei migranti. Con garbo e sensibilità delinea i personaggi e la loro psicologia, esalta il valore primario e insostituibile della famiglia grazie al forte sentimento che si instaura tra Carla e il piccolo siriano.

Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Rai Fiction DueA Film
Regia: Pupi Avati
Sceneggiatori: Pupi Avati, Tommaso Avati
Interpreti: Amor Faidi, Laura Morante, Paolo Sassanelli, Lina Sastri
In onda: lunedì 2 febbraio, alle 21,10
Durata: 1x100'
Ascolti medi: 4.693.000 telespettatori, share 16.53%

Diario di una nerd superstar 4



Rete: Mtv
Genere: Serie tv
Produzione: Mtv, Remote Productions Chapman, Leonard studios Equipment
Regia: Ryan Shiraki, Peter Lauer, Greg Guzik, Jay Karas
Sceneggiatori: Lauren lungherich, Chris Alberghini, Mike Chessler
Interpreti: Ashley Rickards, Beau Mirchoff, Nikki DeLoach, Jillian Rose Reed, Brett Davern, Molly Tarlov, Desi Lydic
In onda: dal 24 settembre al 29 novembre, il lunedì, alle 22,00
Durata: 21x22'
Ascolti: n.p.

La serie racconta la vita quotidiana della liceale Jenna Hamilton e dei suoi amici focalizzando l'attenzione sulle tematiche proprie del mondo giovanile, in particolare l'amore e l'amicizia. Ma i rapporti sentimentali vissuti dai protagonisti si sviluppano con molta approssimazione e superficialità.

Colpisce l'impressionante rapidità con cui si passa da una relazione all'altra in un susseguirsi di incontri e di abbandoni discutibili. Nella vicenda vengono introdotti, spesso, nuovi personaggi non indispensabili nell'impianto drammaturgico, che servono esclusivamente a dilatare l'intreccio della trama in mancanza di idee valide. La protagonista Jenna Hamilton in teoria è alla ricerca del grande amore ma non si sottrae alle numerose e superficiali avventure sentimentali nelle quali, con leggerezza, si lascia coinvolgere. L'affettività sua e dei personaggi che la circondano, viene mortificata e svuotata di ogni valore concreto.

In una situazione di confusione totale, i giovani non hanno nessun supporto: persino gli adulti, che dovrebbero rappresentare modelli positivi, mostrano comportamenti discutibili non degni di persone mature. Gli stessi genitori abdicano alla loro funzione educativa nei confronti dei figli. Questo universo già così contaminato da una superficialità di valori e di sentimenti, viene raccontato anche con un linguaggio volgare e grossolano all'insegna di ripetuti doppi sensi e parolacce.

Doctor Who 8



Doctor Who è entrato a far parte del Guinness dei primati come la serie fantascientifica più longeva della tv. Si tratta infatti di uno dei prodotti di punta dell'emittente pubblica britannica, che ne trasmise il primo episodio nel 1963.

Dopo l'interruzione nel 1989, a partire dal 2005 ne sono state realizzate otto nuove stagioni che si ricollegano all'arco narrativo precedente. Protagonista della serie è il "Dottore", un extraterrestre che viaggia attraverso le epoche e lo spazio a bordo di un'astronave a forma di cabina telefonica chiamata Tardis.

Il Dottore ha una singolare caratteristica: a intervalli più o meno regolari, si "rigenera", assume nuove sembianze con un mutamento sia nel fisico che nella personalità (espediente che consente a vari interpreti di alternarsi nel ruolo).

La serie è rivolta principalmente ai ragazzi, ma è un cult anche per il pubblico adulto, grazie all'elemento fantascientifico, a cui si aggiungono una buona dose di avventura e humour tipicamente inglese. Spostandosi nelle varie epoche nel corso dei secoli, il "Dottore" vive personalmente importanti esperienze storiche: in quest'ottica il fine della serie è anche divulgativo poiché consente di conoscere eventi e realtà del passato.

La sapiente commistione tra fantasia e realtà ha reso il viaggiatore spaziotemporale un modello consolidato nell'immaginario collettivo.

Rete: Rai 4
Genere: Serie tv
Produzione: BBC
Regia: AA.VV.
Sceneggiatori: AA.VV.
Interpreti: Peter Capaldi, Samule Anderson, Jenna Coleman, Robert Goodman, Keely Hawes
In onda: dal 18 gennaio al 5 aprile, la domenica, alle 21,10
Durata: 12x45'
Ascolti medi: n.p.

Downton Abbey 4



Rete: Rete 4
Genere: Serie tv,
Produzione: Carnival Films, Masterpiece
Regia: Brian Percival
Sceneggiatore: Julian Fellowes
Interpreti: Hugh Bonneville, ElisabethMcGovern, Michelle Dockery, Laura-Camichael
In onda: dal 12 dicembre al 1 gennaio, il venerdì, alle 21.10
Durata: 4x100'
Ascolti medi: 919.400 telespettatori; 3,82% share

Un prodotto curato in tutti i dettagli: dalla minuziosa ricostruzione degli interni alla bellezza dei set esterni, dai costumi alla recitazione. Il ritratto di un'epoca analizzata nei dettagli storici e sociali con personaggi perfettamente delineati in tutte le sfumature psicologiche. Notevoli i costumi, intrighi intelligenti, spettacolari inquadrature che appaiono come ritratti cinematografici e letterari più che semplici riprese televisive.

È questa la "grande bellezza" di Downton Abbey dinanzi alla quale il telespettatore, vien assalito da una sorta di Sindrome di Stendhal: la perfezione fa questo effetto, quasi di estraniamento rispetto al mondo televisivo normale.

Le vicende della nobile famiglia inglese Crawley risultano estremamente credibili per la bravura degli attori la cui recitazione corale e impeccabile, ha contribuito a delineare un affresco dell'aristocrazia anglosassone dai primi decenni del Novecento in poi.

La quotidianità dei personaggi è vista anche attraverso gli occhi della servitù che assurge, per la prima volta, al ruolo di comprimaria, co-protagonista con la medesima dignità interpretativa. Maggior-domi e cameriere conoscono e commentano le vicende dei loro signori con quel tocco di affettuosa partecipazione che rappresenta l'ennesima, felice, intuizione della sceneggiatura. Una democratizzazione sociale impensabile per l'epoca.

Faking it Più che amiche



Karma e Amy sono amiche sin da quando erano bambine: le due ragazze vivono ad Austin, in Texas, dove frequentano la Hester High School. Si tratta di un liceo molto diverso dagli altri: qui, infatti, quelli che altrove sarebbero emarginati, godono di grande popolarità.

Scambiate erroneamente per una coppia omosessuale, le due protagoniste, fino a quel momento in fondo alla scala sociale della scuola, diventano improvvisamente popolari. A Karma e Amy, dunque, non rimane che insistere nella finzione.

Faking it gioca con gli equivoci, creando un triangolo amoroso in cui Karma si innamora del bel Liam, mentre Amy si accorge di provare una certa attrazione per la sua amica.

Seguirà un travaglio interiore causato dai sentimenti provati per una persona che non li ricambia.

La serie è altamente diseducativa, utilizza un linguaggio grossolano, infarcito di parolacce e doppi sensi troppo spesso volgari.

Da sottolineare l'ambiguità di alcune situazioni, in particolare l'incontro "ravvicinato" organizzato da Karma con la sua amica e il fidanzato. È evidente che l'affettività non è tenuta in alcun conto, anzi ne vengono distorti il significato e l'importanza soprattutto quando le due amiche accettano di continuare a fingersi omosessuali pur di avere successo presso i coetanei.

Rete: Mtv
Genere: Serie tv
Produzione: Mtv
Regia: Jamie Travis, Claire Scanlon
Sceneggiatori: Carter Covington, Drew Hancock, Megan Hearne, Carrie Rosen, George Northy, Wendy Goldman
Interpreti: Rita Volk, Katie Stevens, Gregg Sulkin, Bailey De Young, Michael J. Willett
In onda: dal 24 settembre al 16 novembre, il mercoledì, alle 22.00
Durata: 8x22'
Ascolti medi: n.p.



Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Ciao ragazzi Rai Fiction
Regia: Liliana Cavani
Sceneggiatori: Liliana Cavani, Mario Falcone, Gianmario Pagano, Monica Zapelli
Interpreti: Mateusz Kosciukiewicz, Sara Serraiocco, Vinicio Marchioni, Benjamin K. Sadler
In onda: lunedì 8 e martedì 9 dicembre, alle 21,10
Durata: 2x120'
Ascolti medi: 4.073.500 telespettatori; 15,55% share

La figura di San Francesco d'Assisi è rivisitata alla luce del messaggio di pace, fratellanza e povertà di cui si è fatto portavoce Papa Bergoglio. In quest'ottica va inquadrata la miniserie, firmata da Liliana Cavani, che torna sul Santo, dopo i due film realizzati nel 1968 con Lou Castel nel 1989 con Mickey Rourke. Ma questa volta la dimensione spirituale rimane sullo sfondo. La vicenda umana di Francesco è basata sul disprezzo dei beni materiali e, soprattutto, del denaro: un chiaro monito, più attuale che mai, per una società, politica e civile, inquinata dalla corruzione e dalla rincorsa ai facili e illeciti guadagni. Il terzo Francesco della Cavani è portatore di un messaggio per le nuove generazioni. La miniserie ha mostrato un giovane "moderno" e anticonformista nell'atto di ripudiare i vecchi stereotipi del consumismo che rappresenta l'alienazione dei tempi moderni. Francesco propone un modello di vita ispirato ai fondamentali principi evangelici e allarga il concetto di famiglia all'intera umanità. Insistente è il richiamo alla fratellanza tra uomini e popoli, per costruire un mondo di pace e ripudiare la guerra. Questo messaggio, in un periodo come il nostro flagellato da conflitti politici e religiosi, è destinato ai giovanine quali si ripone la speranza per una rivoluzione all'insegna della pace e dell'amore. Una rivoluzione che, otto secoli fa, è iniziata proprio con un giovanissimo Francesco.



Novità della terza stagione è la new entry Lunetta Savino nel ruolo di Bea, sorella della professoressa Passamaglia. La docente ha una bambina dal suo attuale compagno e vive con il figlio avuto dal primo marito. Il ragazzo, studente universitario, con le sue intemperanze sentimentali, turba l'equilibrio familiare perché tenta di intraprendere una relazione amorosa con una partner non adeguata alla sua età. La famiglia allargata è il fulcro del racconto ma la sua rappresentazione è approssimativa e superficiale al punto da evocare atmosfere da soap opera. Ancora una volta la necessità di dilatare il racconto seriale per fini d'audience, mostra i propri limiti: a cominciare dalle figure maschili che, nel proprio ruolo genitoriale, appaiono completamente inadatte. Inoltre, situazioni inverosimili vengono vissute dalla protagonista con l'irruzione in casa della sorella Bea. Anche la rappresentazione dell'ambiente scolastico indulge troppo sulla spettacolarizzazione proponendo episodi lontani dalla effettiva realtà vissuta dai giovani. Rispetto al passato l'attenzione è concentrata, maggiormente, sui rapporti tra gli studenti e sulle problematiche giovanili che la sceneggiatura ha cercato di rendere, con poco successo, il più possibile interessanti. Difficile trovare, negli allievi dell'ipotetico Liceo Caravaggio nel quale insegna la Passamaglia, un modello nel quale i giovani telespettatori possano riconoscersi.

Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: ITV Movie e Rai Fiction
Regia: Tiziana Aristarco
Sceneggiatori: Federico Starnone e AA.VV.
Interpreti: Luciana Littizzetto, Lunetta Savino
In onda: dal 19 aprile al 10 maggio, la domenica, alle 21,15
Durata: 4x120'
Ascolti medi: 4.506.000 telespettatori; 17,43% share (fino al 30 aprile)

Ghost Whisperer

Presenze



Rete: Rai 2
Genere: Serie tv
Produzione: Sander-Moses Productions/Touchstone Television
Regia: John Gray
Autori/Sceneggiatori: John Gray, Laurie McCarthy, Mark B. Perry, Jeannine Renshaw, P.K. Simonds
Interpreti: David Conrad, Jennifer Love Hewitt, Aisha Tyler
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al venerdì, in vari orari
Durata: 45'
Ascolti medi: 668.046 telespettatori; 5.55% share

Thriller e fantasy, horror e paranormale, atmosfere dark e suspense. Si muove in questi ambiti la serie che ha come sottotitolo "Presenze". Fulcro delle storie raccontate è la capacità di una giovane donna, Melinda Gordon, di mettersi in contatto e colloquiare con le anime delle persone defunte.

Le situazioni che la protagonista si trova ad affrontare sono inquietanti, discutibili, non adatte alla programmazione nel day time pomeridiano di una rete generalista che dovrebbe essere attenta ai valori etici. Nello specifico, la Gordon ha la missione di aiutare le anime, che per vari motivi e con gran sofferenza, non hanno raggiunto la loro collocazione soprannaturale e restano ancorate al mondo terreno e che, spesso, non sono neppure disposte a farsi aiutare ma vagano in una sorta di "mondo di mezzo".

Ne conseguono situazioni quasi da film dell'orrore con scene anche abbastanza cruente e larghe concessioni al macabro. La struttura degli episodi e la stessa sceneggiatura sono abbastanza prevedibili. Alla fine Melinda riesce sempre a portare a termine la missione di trasferire le anime nell'aldilà.

In quest'ottica, la serie a metà strada tra "The Walking Dead" e la notissima pellicola "Ghost", potrebbe avere effetti negativi sul pubblico dei minori che si trovi a quell'ora, dinanzi al piccolo schermo.

I Cesaroni 6



La fuga dal set di protagonisti storici ha ulteriormente svilito la struttura narrativa della sesta stagione de I Cesaroni. Per far fronte all'esodo è stato necessario inserire nuovi personaggi con l'obiettivo di coinvolgere anche la fascia giovanile dei telespettatori. Il tentativo è fallito e il modello di famiglia proposto ne esce irrimediabilmente compromesso. Unico denominatore della vicende raccontate è la superficialità con cui si affrontano i sentimenti tra atmosfere confuse e situazioni discutibili anche all'insegna di un'ambigua promiscuità. Un ulteriore messaggio negativo in una società che avrebbe bisogno, tra innumerevoli disgregazioni, di ritrovare riferimenti familiari consolidati. Nati come famiglia allargata, I Cesaroni hanno proposto una sorta di sconcertante "condominio dei sentimenti" nel quale si entra e si esce con singolare disinvoltura finalizzata a stimolare unicamente la curiosità del pubblico. Molti personaggi non sono ben delineati: sembrano semplici comparse per riempire il vuoto di una sceneggiatura in forte difficoltà che non ha esitato, per mancanza di idee, a rincorrere gli ascolti avvalendosi di discutibili artifici. In proposito, si pensi al capofamiglia Giulio Cesaroni al quale basta il trasferimento oltre oceano della compagna per allacciare un nuovo legame sentimentale. Va infine sottolineato che il modello affettivo proposto è ambiguo e fuorviante. Da etichettare certamente come negativi i messaggi per il pubblico adolescenziale target privilegiato della serie.

Rete: Canale 5
Genere: Serie tv
Produzione: Publispei
Regia: Francesco Pavolini
Sceneggiatori: Eleonora Babbo, Fabrizio Cestaro, AA.VV
Interpreti: Claudio Amendola, Antonello Fassari, Niccolò Centoni, Micol Olivieri, Edoardo Pesce, Christiane Filangeri, Maurizio Mattioli
In onda: dal 3 settembre al 19 novembre, il martedì o il mercoledì, alle 21,15
Durata: 12x80'
Ascolti medi: 3.678.000 telespettatori; 14.87% share

Il Bosco



Rete: Canale 5
Genere: Serie tv
Produzione: TaoDue
Regia: Eros Puglielli
Sceneggiatori: Mizio Curcio, Leonardo D'Agostini, Andrea Nobile
Interpreti: Claudio Gioè, Giulia Michelini, Andrea Sartoretti
In onda: dal 20 febbraio al 13 marzo, il venerdì, alle 21,15
Durata: 4x80'
Ascolti medi: 3.999.000 telespettatori; 15.53% share

Inestricabile groviglio di intrighi, misteri, omicidi, morti misteriose, thriller e festini. A dominare su tutto è il Bosco (che dà il nome alla fiction) luogo inquietante, custode di segreti, malefatte, soprusi, inganni e delitti. E' su questi argomenti che insiste la serie di cui è protagonista una giovane psicologa che torna nel paese d'origine per insegnare nella locale università e anche per indagare sulla scomparsa inspiegabile della madre.

Il tentativo di accreditarsi come thriller psicologico si è infranto, fin dall'esordio, contro i consueti argomenti da soap opera con una robusta iniezione di misteri e di atmosfere cupe.

La rappresentazione della realtà giovanile, attraverso la vita universitaria, è stata affrontata in maniera discutibile e violenta: sesso e droga hanno primeggiato in una sceneggiatura che fino all'ultimo, si è mossa fra ipocrisie e menzogne.

Tra i pochi personaggi positivi, quello di Alex recluso per venti anni in carcere, da innocente, con l'accusa di aver ucciso la fidanzata.

Le relazioni sociali, nella maggioranza dei casi, sono improntate sulla necessità di nascondere verità scomode per conservare i privilegi acquisiti.

Il messaggio negativo si amplifica nel finale: la protagonista scopre che la persona nella quale aveva più fiducia l'ha, invece, sempre ingannata.

Il Principe Un amore impossibile



Ceuta, città spagnola autonoma in territorio marocchino, è la terra di confine in cui vivono fianco a fianco cattolici e musulmani. Ma è anche la capitale del narcotraffico, dove il pericolo è una costante. Qui viene inviato l'agente Morey che incontra Fatima, maestra musulmana il cui fratello è scomparso da diverso tempo senza lasciare traccia. La storia si inserisce nel contesto del terrorismo internazionale.

Tra Morey e Fatima scoccherà la passione, ostacolata dalla famiglia della ragazza, che l'ha già promessa in sposa.

Attori bellissimi e volti patinati, Il Principe fonde le atmosfere del poliziesco con quelle della classica telenovela; la regia si ispira alle serie d'oltreoceano pur con caratteristiche autonome.

Il Principe ha portato la cultura e la religione musulmana al centro della narrazione, mostrando come realtà diverse possano, in qualche modo, convivere. Ma le relazioni umane nell'ambito dell'affettività, non sempre sono state affrontate in maniera consona alla prima serata. Fatima e Morey, ad esempio, sospettano l'uno dell'altra e, solo alla fine, si uniscono in nome di un obiettivo comune: sventare un attentato.

Lo spostamento in seconda serata ha comportato il vantaggio di escludere dalla visione la fascia dei minori.

Rete: Canale 5
Genere: Serie tv
Produzione: Mediaset España Comunicación Plano a Plano
Regia: Ignacio Mercero e AA.VV.
Sceneggiatori: Cèsar Benitez, Aitor Gabilondo
Interpreti: Álex González, Hiba Abouk, José Coronado
In onda: dal 5 settembre al 3 ottobre (fino al 2 ottobre alle 21.10; dal 3 ottobre alle 23.30), il venerdì
Durata: 8x110'
Ascolti medi: 2.515.000 telespettatori; 12.28% share

Il Restauratore 2



Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: Albatros Entertainment e Rai Fiction
Regia: Enrico Oldoini
Sceneggiatori: Salvatore Basile, Alessandro Jacchia, Vinicio Canton, Valerio D'Annunzio, Iacopo Fantastichini, Francesco Favale
Interpreti: Lando Buzzanca, Anna Safroncik, Paolo Calabresi, Beatrice Fazi, Marco Falaguasta
In onda: dal 7 settembre al 26 ottobre, la domenica, alle 21,30
Durata: 8x110'
Ascolti medi: 3.728.000 telespettatori; 18.6% share

Basilio Corsi, ex poliziotto, è il protagonista della serie. Interpretato da un ottimo Lando Buzzanca, Corsi è un uomo dal passato difficile: dopo aver ucciso i killer della moglie incinta del primo figlio, ha trascorso molti anni in carcere durante i quali ha imparato il mestiere di restauratore. Lavorando in una bottega artigianale scopre di aver acquisito un singolare potere: toccando un oggetto riesce a prevedere gli eventi, quasi sempre drammatici, in cui saranno coinvolte le persone che gli hanno commissionato il restauro. Grazie a tali visioni da lui definite "luccicanze" e alla sue capacità investigative legate alla sua professione di ex poliziotto, Corsi riesce a salvare molte vite.

La novità della seconda edizione è la presenza nel cast di Anna Safroncik e l'uscita dal cast di Martina Colombari.

Il Restauratore 2 è una costruttiva storia di riscatto. Basilio Corsi, che ha scelto di rivolgere il suo "dono" alla salvezza degli altri, rappresenta l'antidoto contro l'indifferenza, uno dei mali più diffusi della nostra società. Incarna la solidarietà e l'affannosa corsa per salvare persone sulle quali incombe una minaccia di morte. E' un personaggio che è riuscito a trasformare la sua drammatica esperienza in un simbolo di vita e di speranza, realizzando anche una crescita personale di altissimo livello umano. Le vicende nelle quali è coinvolto inducono a riflettere sulla necessità di non voltare mai le spalle agli altri.

Il ritorno di Ulisse



La mitologia ridotta ad una soap opera. La figura di Ulisse sminuita alla stregua di un aitante attore di telenovela, tutto muscoli e prestanta fisica, una sorta di Big Jim per di più segnato da problemi di socializzazione dopo venti anni di peregrinazioni.

La famiglia che Omero aveva così faticosamente riunito viene, invece, devastata dai sospetti, dagli intrighi, dai comportamenti violenti e prevaricatori dell'eroe rientrato nella propria Itaca.

Quell'Ulisse, per il quale Penelope aveva amorevolmente disfatto di notte la tela tessuta di giorno, si rivela un marito e un padre prepotente, sospettoso, violento. Un esempio negativo dell'uomo in una società già martirizzata dalle violenze sulle donne e sui figli. In quest'ottica è proprio la famiglia ad essere penalizzata: Penelope non ritrova più l'uomo giusto e il sovrano illuminato nella persona del marito. Telemaco, che non aveva alcun ricordo del padre, trova un genitore che vuole soggiogare con prepotenza la sua personalità.

Cocente la delusione per chi ha ricordi scolastici del poema. Forte l'irritazione nel veder stravolta una delle storie più belle con inserimento di ingredienti torbidi e trasgressivi. Peccato che si sia così persa l'occasione di avvicinare i giovani al poema omerico.

Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: GMT Production, Making Prod, MoviHeart, Sunflag, Arte France
Regia: Stéphane Giusti
Sceneggiatori: AA.VV.
Interpreti: Alessio Boni, Caterina Murino, Niels Schneider, Karina Testa
In onda: dal 30 novembre al 21 dicembre, la domenica, alle 21,30
Durata: 4x120'
Ascolti medi: 3.465.000 telespettatori; 13.8% share

Il Segreto 2



Rete: Canale 5
Genere: Soap opera
Produzione: Boomerang Tv
Regia: AA.VV.
Sceneggiatori: Aurora Guerra, AA.VV.
Interpreti: Maria Bouzas, Jordi Coll, Loreto Mauleón, Carlos Serrano, Ariadna Gaya
In onda: dal lunedì 15 settembre, dal lunedì al venerdì alle 14,10 e alle 16,10; giovedì e domenica alle 21,10
Durata: 50'
Ascolti medi: 4.213.000 telespettatori; 16.21% share

La soap spagnola campione d'ascolti, ambientata agli inizi del Novecento nel mondo rurale, mostra, nella seconda stagione, un'evidente caduta di stile e un forte scadimento dei valori etici fondamentali. Mentre lo scorso anno è stato possibile apprezzare i buoni sentimenti, che prevalevano su intrighi e tradimenti, attualmente la serie ha privilegiato sottotrame di discutibili valori con prevalenza di amori illeciti, tradimenti, morti e violenze.

Stupisce negativamente, in particolare, la relazione tra il sacerdote Gonzalo e Maria. La giovane donna, vittima a sua volta di violenze da parte del marito, trova conforto nel religioso.

Completano il quadro vicende a tinte fosche che, quest'anno, si colorano anche di giallo: ulteriore coup de théâtre degli sceneggiatori per incrementare la curiosità e la fidelizzazione di un pubblico oramai smalzato per la ridondanza di soap opera in tv.

Tra queste il tentato suicidio di Soledad, l'omicidio di un uomo da parte di donna Francisca e il desiderio di don Gonzalo di far luce sulla morte della madre Pepa il cui corpo non è mai stato trovato.

Tematiche scabrose che vengono mandate in onda in fascia protetta, sia nel pomeriggio che in prima serata.

Il Trono di Spade 5



La saga, di cui è andata in onda la quinta stagione, ha raggiunto il successo internazionale grazie alla collaudata commistione tra il genere fantasy e la soap opera. A completare l'appeal contribuiscono la bellezza dei luoghi in cui è ambientata la serie e la presenza di animali fantastici tra i quali i terribili draghi. Amori, intrighi e lotta per il potere incrementano il fascino cruento delle storie.

La conquista del Trono di Spade è l'elemento portante intorno al quale si intrecciano le vicende di sette famiglie in lotta per il possesso della mitica terra di Westeros. Accecate dalla bramosia di potere, si scatenano in un lungo conflitto senza esclusione di colpi sacrificando persino i valori etici fondamentali.

Le relazioni sentimentali, infatti, sono svuotate di ogni componente affettiva e funzionali solo al raggiungimento degli obiettivi prefissi.

Anche nella quinta serie il connubio tra sesso e violenza è alla base del racconto che si snoda sullo sfondo di oscure e magiche forze in grado di condizionare lo svolgersi degli eventi.

Il successo planetario della serie è da ricercarsi nella molteplicità degli intrecci e dei personaggi, in ognuno dei quali convivono caratteristiche tali da rendere possibile l'identificazione dei telespettatori.

La saga non è fruibile dall'intero pubblico televisivo poiché i minori potrebbero rimanerne turbati.

Rete: Sky Atlantic
Genere: Serie tv
Produzione: HBO
Regia: Miguel Slovics, Mark Mylod, Jeremy Podeswa, Michael Sapochnick, David Nutter
Autori/Sceneggiatori: David Benioff, D. B. Weiss, Bryan Cogman, Dave Hill
Interpreti: Lena Headley, Emilia Clarke, Kill Harington
In onda: dal 13 aprile al 22 giugno, il lunedì, alle 21,10
Durata: 7x120'
Ascolti medi: 534.000 telespettatori (fino al 30 aprile); share n.p.

Impazienti



Rete: Rai 2

Genere: Sit-com

Produzione: Rai Fiction

Regia: Celeste Laudisio

Sceneggiatori: Marco Tiberi, Giovanni Zola, Corea-Di Meo, AA.VV.

Interpreti: Max Tortora, Enrico Bertolino, Daniela Terrieri, Giorgia Cardaci

In onda: dal 20 ottobre al 20 dicembre, dal lunedì al venerdì alle 21,05

Durata: 50x7'

Ascolti medi: 1.159.271 telespettatori; 4,08% share

Comicità e battute prevedibili, schemi e stereotipi usurati. Impazienti, la sitcom interpretata da Enrico Bertolino e Max Tortora, appuntamento dell'access prime time di Rai Due, pretende di raggiungere l'effetto comico dal contrasto caratteriale dei due protagonisti, uno milanese l'altro romano.

Dovrebbe essere dunque la differente provenienza geografica con tutti gli stereotipi del Nord e del Sud, a generare la vis comica.

Invece, tutto appare strutturalmente debole, compresi i due protagonisti, entrambi in ospedale con l'obiettivo perseguito a tutti i costi, di incassare il risarcimento dall'assicurazione in seguito ad un incidente d'auto. Obiettivo che nessuno dei due confessa all'altro: in quest'ottica si pongono come modelli non edificanti.

Bertolino e Tortora dovrebbero incarnare i vizi degli italiani, compresa l'irritante abitudine al gallismo. Ambedue hanno un unico obiettivo: importunare con i loro leziosi complimenti le giovani infermiere del reparto.

I due sanissimi "impazienti" corteggiano con ostinazione le più giovani, mentre si dimostrano molto meno gentili con le più anziane e meno avvenenti.

A parte l'ambientazione e la realizzazione molto approssimative, la sit-com propone soltanto modelli comportamentali negativi in atmosfere comiche poco efficaci.

La Bella e la Bestia



Rete: Rai 1

Genere: Fiction

Produzione: Rai Fiction, Lux Vide, Telecinco Cinema

Regia: Fabrizio Costa

Sceneggiatori: Francesco Arlanch e Lea Tafuri

Interpreti: Alessandro Preziosi, Blanca Martinez Suarez, Andy Luotto, Francesca Chillemi, Massimo Wertmuller

In onda: lunedì 29 e martedì 30 dicembre, alle 21,10

Durata: 2x100'

Ascolti medi: 6.462.500 telespettatori; 24,4% share

Rivisitazione televisiva della favola omonima che si fa risalire ad Apuleio, la miniserie ripropone tutti gli schemi del racconto fantastico inquadrato nella Francia di fine Settecento. Destinata ad un pubblico familiare, salvo qualche caduta di stile e di linguaggio più evidenti nella prima puntata, la fiction ha seguito lo schema secondo cui il bene trionfa sempre sul male. Ma la classica suddivisione in personaggi buoni e cattivi ha presentato qualche novità: il protagonista, il principe Leon, ha alternato comportamenti positivi a stati d'animo di notevolissima ferocia dimostrando di reagire, in maniera rabbiosa e poco razionale, alle avversità della vita. C'è una "umanizzazione" del personaggio fantastico in cui hanno un ruolo determinante i sentimenti: l'amore, la gelosia, gli intrighi e i misteri. In qualche passaggio si intravedono ingredienti da soap opera. Uno per tutti l'omicidio da parte della perfida Héléne, della prima moglie di Leon, l'uomo di cui voleva conquistare l'amore.

Alla fine, però, il messaggio è positivo: la protagonista Bella riesce a perdonare la sorella, che si era appropriata di un suo anello prezioso, e gli abitanti del villaggio perdonano Leon per tutte le sue angosce subite. La "redenzione" definitiva dello stesso Leon, grazie all'amore per Bella, e il desiderio di formare una famiglia all'insegna della lealtà, rappresentano la valorizzazione di sentimenti che restano sempre validi, al di là del tempo e della fantasia.

La dama velata



Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: Rai Fiction, Lux Vide, Telecinco Cinema
Regia: Carmine Elia
Autori/Sceneggiatori: Lucia Zei, Francesco Arlanch, Elena Bucaccio, Lea Tafuri
Interpreti: Miriam Leone, Lucrezia Lante della Rovere, Lino Guanciale, Andrea Bosca
In onda: dal 17 marzo al 16 aprile, il martedì, alle 21,10
Durata: 6x100'
Ascolti medi: 5.134.000 telespettatori; 19.97% share

Un feuilleton con tutti i classici elementi della soap opera moderna: misteri, intrighi, thriller, grandi amori, atmosfere cupe in stile gotico, protagonisti ambigui dalla personalità non ben delineata. Su questi elementi insiste la nuova serie di Rai 1 che racconta la storia di Clara, una giovane donna di fine Ottocento sottoposta alle dure convenzioni dell'epoca e costretta ad un matrimonio imposto dal padre. In un susseguirsi di abbandoni, ricongiungimenti, trame e veleni, Clara riuscirà a far luce su un oscuro segreto che risale al giorno della sua nascita. Alla fine, come nel più scontato romanzo d'appendice, il bene trionfa sul male. Ed è questo l'aspetto positivo della vicenda raccontata. Purtroppo però, i protagonisti alternano comportamenti ipocriti ad egoismi personali, mettendo in scena una rappresentazione delle relazioni inter-familiari poco edificante. Da sottolineare anche la presenza di attori "giovani e belli" secondo il classico trend della soap opera. L'intento di proporre una sorta di Downton Abbey made in Italy non sembra riuscito, nonostante i riferimenti ad un'epoca che, giunta al massimo splendore, sta per assistere al proprio declino. Si tratta in effetti di un prodotto commerciale il cui fine è attirare un pubblico che, invece, avrebbe bisogno di modelli migliori.

La strada dritta



755 chilometri di strada che uniscono l'Italia da nord a sud: l'Autostrada del Sole non è stata solo una grande opera, ma anche una scommessa. Si è dimostrato concretamente che il Paese era pronto a realizzare un progetto mastodontico senza pagare nessuna tangente e addirittura terminando i lavori con due anni di anticipo rispetto ai tempi previsti. Un'opera figlia del fermento che ha caratterizzato gli anni del boom economico. È in quest'ottica che va analizzata la miniserie "La strada dritta", tratta dall'omonimo libro di Francesco Pinto (direttore del Centro di Produzione Rai di Napoli) prodotta da Rai 1. La storia è portatrice di un messaggio di ottimismo, di fiducia e di valorizzazione delle maestranze professionali tutte made in Italy. Pur con qualche limite determinato dalla necessità di realizzare le riprese in spending review, l'intento rimane comunque apprezzabile. La storia, fruibile dall'intera famiglia, fa amare e apprezzare quel lungo tratto di strada che ha collegato Milano a Napoli, quasi nuovo simbolo dell'Unità d'Italia. Realizzata interamente da professionisti italiani, che rifiutarono il sostegno statunitense, l'Autostrada del Sole è divenuta anche l'immagine di un'Italia che guarda avanti: una storia necessaria per affacciarci al futuro con speranza in un momento in cui la crisi finanziaria e il pessimismo attraversano il Paese.

Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Maurizio Timi Cattleya
Regia: Carmine Elia
Sceneggiatori: Sandro Petraglia, Fedele Signorile
Interpreti: Ennio Fantastichini, Giorgio Marchesi, Anita Caprioli, Valeria Bilello, Tony Sperandeo
In onda: lunedì 20 e martedì 21 ottobre, alle 21,10
Durata: 2x110'
Ascolti medi: 4.762.000 telespettatori; 18.32% share

L'angelo di Sarajevo



Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Rai Fiction, Roberto Sessa per Picomedia
Regia: Enzo Monteleone
Sceneggiatori: Enzo Monteleone, Beppe Fiorello
Interpreti: Luca Angeletti, Bruno Armando, Beppe Fiorello, Emanuela Grimalda
In onda: martedì 20 e mercoledì 21 gennaio, alle 21,15
Durata: 2x93'
Ascolti medi: 7.112.000 telespettatori; 25.47% share

Elemento fondamentale della miniserie è la commovente storia dell'adozione di una bambina strappata agli orrori della guerra. La piccola ha avuto un ruolo determinante nella vicenda ispirata al libro di Franco Di Mare "Non chiedere perché". La delicatezza con cui le telecamere hanno ripreso la quotidianità di una bimba di 10 mesi ha trasmesso una forte intensità emotiva esaltata dal senso del dovere e dell'altruismo del protagonista. Beppe Fiorello ha interpretato con credibilità il ruolo del giornalista inviato a Sarajevo. Il cronista rinuncia addirittura a un gratificante avanzamento professionale per portare in salvo la piccola Malina, a rischio della sua stessa vita. Le difficoltà a cui è andato incontro testimoniano l'amore per il prossimo e l'istinto paterno che si concretizzeranno nell'adozione. La piccola Malina lo trasforma in un uomo migliore e più consapevole. Elementi di grande importanza in un contesto di odi tra popoli, nel quale però, svettano l'amore e la tenerezza per l'infanzia abbandonata. Il messaggio contenuto nella storia invita all'ottimismo: anche tra la disperazione e le atrocità, può nascere un sentimento di solidarietà e di amore inteso nel senso più ampio del termine.

L'Oriana



L'apprezzabile obiettivo di raccontare uno dei personaggi più rappresentativi della storia recente, non è stato del tutto centrato. La vicenda umana e professionale di Oriana Fallaci, inviata di guerra, nota per il coraggio dei suoi reportage, è apparsa priva della linearità necessaria per definire una esatta collocazione temporale degli eventi. La scelta di ricorrere a molteplici flash back evocativi degli anni giovanili della giornalista e scrittrice ha generato confusione per il continuo sovrapporsi di ricordi personali slegati da ogni continuità. La sceneggiatura ha concentrato, in limitati passaggi, le numerose e complesse vicende che hanno connotato la vita avventurosa della Fallaci. Lo sforzo di seguire il racconto televisivo, già notevole per il comune telespettatore, diventa ancor più sostenuto per il pubblico più giovane che, per ragioni anagrafiche, ha limitate conoscenze dell'Oriana e del ruolo svolto soprattutto come inviata di guerra. La fiction appare una colorata cartolina illustrata grazie agli splendidi scorci dei paesi nei quali è stata girata che confermano, tra l'altro, il notevole impegno economico della produzione. Assenti, però, il piglio spregiudicato e un po' cinico della Fallaci, conosciuta per il suo carattere spigoloso.

Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Fandango tv, Rai Fiction
Regia: Marco Turco
Sceneggiatori: Stefano Rulli e Sandro Petraglia
Interpreti: Vittoria Puccini, Vinicio Marchioni
In onda: lunedì 16 e martedì 17 febbraio, alle 21,10
Durata: 2x100'
Ascolti medi: 4.127.500 telespettatori; 15.09% share

Le tre rose di Eva 3



Rete: Canale 5
Genere: Serie tv
Produzione: RTI, Endemol
Regia: Raffaele Mertes, Vincenzo Verdecchi
Sceneggiatori: Michele Abatantuono, AA.VV
Interpreti: Luca Capuano, Roberto Farnesi, Anna Safroncik, Luca Ward, Giorgia Wurth
In onda: dal 20 marzo, il venerdì, alle 21,10
Durata: 80'
Ascolti medi: 4.035.000 telespettatori; 16.76% share (fino al 30 aprile)

Dopo tutti i colpi di scena, gli intrighi, i misteri della passata stagione, sembra finalmente arrivato un periodo di serenità per la coppia protagonista Alessandro e Aurora. Superate le diffidenze reciproche e ritrovata la forza del sentimento che li aveva uniti, i due formano una famiglia con la figlioletta Eva. Ma se l'amore salva, per certi aspetti, la fiction, su Aurora incombono nuovi pericoli e nuovi misteri. La terza stagione, infatti, ha riproposto i soliti schemi con l'aggiunta di atmosfere paranormali e presenze inquietanti. Bandita ancora una volta la normalità, è penalizzata, di nuovo, la rappresentazione dei rapporti e delle relazioni tra i protagonisti, improntati sull'ambiguità e sui rancori che, invece di attenuarsi, aumentano con il trascorrere delle stagioni. Sullo stesso stile è delineato il ruolo dei comprimari, personaggi che vivono tra equivoci e instabilità tanto da rendere difficile ogni catalogazione. Non esistono, insomma, i classici buoni e cattivi, ma la sceneggiatura alterna virtù e cinismo in un susseguirsi di situazioni spesso discutibili. Tutti questi elementi conferiscono al prodotto le caratteristiche di un feuilleton televisivo con gli ingredienti tipici della soap opera. Ma la spinta eccessiva verso la suspense e le atmosfere ansiogene potrebbero influire negativamente sulla psiche di telespettatori particolarmente sensibili, come i minori.

Lol

Una storia d'amore



Il programma canadese è composto da brevi sketch comici basati esclusivamente sulle situazioni, spesso assurde, irreali e imprevedibili in cui vengono a trovarsi i cinque attori protagonisti. La comicità senza parole, in quanto le gag sono mute, è supportata da una esagitata gestualità finalizzata a suscitare lo stupore e l'ilarità del pubblico. Il modello a cui la sketch comedy si ispira è chiaramente la serie televisiva Mister Bean. I personaggi, con il ritmo cadenzato dei movimenti, evocano atmosfere alla Ridolini e, più in particolare, il primo cinema muto rivisitato in chiave moderna. Ma non hanno la medesima espressività. Il confronto con le gag di Rowan Atkinson è penalizzante sia per la banale superficialità delle situazioni, sia per la incapacità dei personaggi nel farsi interpreti di quell'umorismo intelligente elegante e raffinato che caratterizza lo stile di Mister Bean e, più in generale, l'humour inglese. Lol propone una comicità scontata, prevedibile, semplicistica senza una sceneggiatura valida di supporto alle situazioni rappresentate. Neppure la spettacolarizzazione dei personaggi, dei quali si accentua la goffaggine, riesce a incidere nel panorama smaliziato della comicità made in Italy.

Rete: Rai 2
Genere: Sketch comedy
Produzione: QuébecComm
Regia: François L. Delagrave, André Perron
Autori: Pierre Paquin, Denis Savard, François St-Amant
Interpreti: Réal Bossé, Antoine Vézina, Sylvie Moreau, Julie Ménard, Martin Drainville
In onda: dal 2 febbraio, dal lunedì al venerdì, alle 21,00
Durata: 8'
Ascolti medi: 1.509.329 telespettatori; 5.27% share

Max e Hélène



Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Rai Fiction, 11 marzo film
Regia: Giacomo Battiato
Autore/Sceneggiatore: Giacomo Battiato
Interpreti: Alessandro Averone, Carolina Crescentini, Ennio Fantastichini
In onda: martedì 27 gennaio alle 21,10
Durata: 1x100'
Ascolti medi: 4.611.000 telespettatori, share 16.39%

Tramandare il ricordo dell'Olocausto alle giovani generazioni è un dovere di tutti, in particolare del servizio pubblico. Rai Fiction, attraverso il tv movie ispirato a una storia vera, ha affrontato l'argomento andando al di là dello stesso racconto, attraverso un'indagine psicologica molto intensa.

La vicenda dei due protagonisti, l'ebreo Max e la sua donna Helene, dalla quale è stato diviso dai nazisti anni prima, è tratta dall'omonimo libro di Simon Wiesenthal per ricordare le atrocità del nazismo. La sofferenza, la ricerca spasmodica della sua donna e il desiderio di vendetta tengono in vita il sopravvissuto Max. Ma quando finalmente ritrova il boia dal quale era scampato, il senso della giustizia, dell'onestà e della dignità, si fanno strada nel suo animo. Max rinuncia ad uccidere. Comprende che l'aver ritrovato Helene è un dono più grande della vendetta che non gli avrebbe mai consentito di vivere in pace.

L'introspezione psicologica di grande effetto esalta la certezza che nessuno può farsi giustizia da solo. L'amore ha sconfitto l'odio, la sofferenza ha cementato l'animo del protagonista e lo ha reso un uomo giusto. Un messaggio di pace in un mondo che di pace ha gran bisogno.

Mom



Tre generazioni a confronto separate anagraficamente ma unite dalla medesima superficiale filosofia di vita: una insostenibile amoralità dei costumi e del comportamento. Christy, madre separata, lavora come cameriera in un ristorante per mantenere i due figli, l'adolescente Violet, rimasta incinta a 16 anni e il fratello Roscoe. Alla dipendenza da alcol e da droghe del passato, Christy aggiunge un'insoddisfazione e un rapporto burrascoso con la madre (la nonna di Violet) verso la quale nutre vecchi rancori.

La convivenza fra le tre donne si sviluppa in situazioni spiazzanti ed eticamente discutibili. Il linguaggio è grossolano, infarcito di doppi sensi a sfondo sessuale. Assolutamente assente il senso della famiglia: mancano, infatti, tutti i valori affettivi che ne sono alla base. Distorto anche il significato dell'amore di coppia per l'abitudine di Christy concedersi troppo facilmente anche a partner appena conosciuti. Questa superficialità ha plagiato anche la figlia Violet che, incinta a 16 anni, considera il sesso come un semplice gioco. La serie insiste sui conflitti, sui rancori, quasi sugli odi che animano le tre protagoniste. E lì estremizza con un cinismo irrispettoso e beffardo. Mom è l'antitesi del buonismo da fiction, un esempio negativo per il pubblico dei minori, più fragile psicologicamente e non in grado di elaborare la discutibile realtà presentata. Una serie che stravolge il concetto di famiglia: assolutamente inadatto alla fascia pomeridiana.

Rete: Italia 1
Genere: Fiction
Produzione: Warner Bros. Television, Chuck Lorre Productions
Regia: Ted Wass, Jeff Greenstein, James Widdoes
Sceneggiatori: Chuck Lorre, Gemma Baker, Eddie Gorodetsky, Nick Bakay, Alissa Neubauer
Interpreti: Anna Faris, Allison Janney, Sadie Calvano, Nathan Corddry, Matt Jones, French Stewart, Spencer Daniels, Blake Garrett Rosenthal
In onda: dall'8 al 19 dicembre, dal lunedì al venerdì, alle 16,00
Durata: 22x20'
Ascolti medi: 537.000 telespettatori; 4.67% share

Orfani



Rete: Rai 4
Genere: Serie tv
Produzione: Sergio Bonelli Editore e RaiCom
Regia: Armando Traverso
Autori/Sceneggiatori: Roberto Recchioni, Emiliano Mammucari
In onda: dal 6 dicembre al 7 febbraio, il sabato, alle 13,45
Durata: 10x20'
Ascolti medi: 58.074 telespettatori; 0.40% share

La serie televisiva in motion comic è tratta dall'omonima serie fantascientifica a fumetti di Roberto Recchioni ed Emiliano Mammucari e racconta le vicende di un gruppo di bambini che, sopravvissuti a un attacco ai danni della Terra sferrato da una forza aliena, vengono reclutati per diventare soldati del futuro. Guerra, distruzione, violenza sono gli elementi fondamentali del programma. La collocazione, nel primo pomeriggio, è inopportuna per la presenza di minori dinanzi alla tv e per il messaggio distorto che viene comunicato. I giovani protagonisti, infatti, subiscono violenze, sono vittime di scontri a fuoco e vengono addestrati all'arte della guerra. Vedere adolescenti che imbracciano le armi è inquietante dal momento che in alcune regioni del mondo questa è la triste realtà e non frutto della fantasia di uno scrittore di fumetti. Nella società rappresentata non c'è spazio per i sentimenti: l'obiettivo fondamentale è annientare il nemico. Quando i ragazzini manifestano il desiderio di solidarizzare con i propri coetanei, intervengono gli addestratori a reprimere con la forza ogni valore positivo in funzione delle necessità belliche. Gli adulti abdicano completamente alla pur minima funzione educatrice. Considerano i ragazzi soltanto strumenti di guerra e rappresentano uno dei peggiori esempi di prevaricazione, modelli di violenza devianti per la formazione degli adolescenti. Non basta l'avvertimento prima della messa in onda che la visione è consigliata a un pubblico adulto.

Pietro Mennea La freccia del Sud



La miniserie celebrativa di Pietro Mennea rappresenta un vero e proprio inno allo sport, al coraggio, alla determinazione, alla forza di volontà. Il valore educativo e pedagogico è sicuramente determinante nella costruzione della vicenda. Il grande velocista italiano è un modello rappresentativo dell'impegno costante che gli ha consentito di raggiungere gli obiettivi più prestigiosi fino al podio olimpico. Un messaggio positivo evidente anche nell'impegno dell'allenatore Carlo Vettori interpretato in maniera credibile da Luca Barbareschi. La figura del protagonista, nella vita privata e professionale, è improntata ad un rigoroso rispetto per le regole dello sport e per i principi etici. Certo, la sceneggiatura si è avvalsa di alcune "licenze poetiche", nel senso che qualche avvenimento è stato scollegato dall'epoca nel quale è realmente avvenuto. Ma complessivamente la storia di Mennea è esemplare in tutto il suo percorso: un ragazzino che amava correre negli anni '50 contrastando il volere della madre, che avrebbe preferito per lui un futuro professionale più tradizionale, lontano dai campi di gara. Il racconto ha cercato di documentare compiutamente gli aspetti, umani e sportivi, dell'esaltante carriera del velocista di Barletta. Il prodotto è convincente, nonostante l'introduzione, nella sceneggiatura di alcuni stereotipi tipici della fiction italiana.

Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Rai Fiction, Casanova Multimedia
Regia: Ricky Tognazzi
Sceneggiatori: Fabrizio Bettelli, Simona Izzo, Ricky Tognazzi
Interpreti: Luca Barbareschi, Nicola Rignanese, Michele Riondino, Lunetta Savino
In onda: lunedì 29 marzo e martedì 30 marzo, alle 21,10
Durata: 2x100'
Ascolti medi: 5.994.000 telespettatori; 22.66% share

Qualunque cosa succeda

Giorgio Ambrosoli



Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: 11 Marzo
Film - Rai Fiction
Regia: Alberto Negrin
Sceneggiatori: Alberto Negrin, Andrea Porporati, Maurizio De Luca (consulente)
Interpreti: Pierfrancesco Favino, Anita Caprioli, Andrea Gherpelli
In onda: lunedì 1 e martedì 2 dicembre, alle 21,10
Durata: 2x100'
Ascolti medi: 4.298.000 telespettatori; 16.34% share

Credibilità, perfetta aderenza ai personaggi interpretati, una recitazione corale di notevole spessore, un pathos che non è mai sfociato in sterile retorica: si è presentata così la miniserie che ha raccontato la vicenda di Giorgio Ambrosoli (Pierfrancesco Favino) liquidatore della banca privata di Michele Sindona negli anni tra il 1974 e il 1979.

L'originalità della sceneggiatura, nel narrare una vicenda così drammatica, è l'aver colto anche la dimensione familiare di Giorgio Ambrosoli, ritraendolo nei ruoli di marito e soprattutto di padre affettuoso nei confronti dei tre figli. Valore aggiunto è l'amore incondizionato della moglie che lo affianca sempre pur consapevole dei rischi a cui il marito va incontro.

La stretta complicità affettiva che univa papà Giorgio ai bambini è stata ampiamente rappresentata. Dai giochi al dialogo profondo e mai banale che il padre sapeva sollecitare, dalle domande spesso scomode che i piccoli gli porgevano, fino ai gesti di affettuosità quotidiana: tutto questo ha evidenziato il ruolo primario riservato dal protagonista alla propria famiglia. Una famiglia che è al centro del racconto anche nella vita degli altri personaggi. Messaggio positivo di grande spessore che si unisce ad un altro elemento educativo: il profondo senso di responsabilità professionale che ha animato il protagonista nel compito al quale era stato chiamato e che gli è costata la vita.

Questo nostro amore '70



Questo nostro amore 70, in sei puntate, ha disfatto quanto avevano costruito con fatica e dedizione nella prima stagione della serie, i due protagonisti.

Impossibilitati a sposarsi per un precedente legame di lui, avevano lottato contro i pregiudizi degli Anni '60 che condannavano per concubinage le coppie al di fuori del matrimonio. Ma erano riusciti a formare una famiglia e a dare ai tre figli dignità e buona educazione.

Nella seconda stagione, iniziano incomprensioni, litigi e arriva la separazione. Fra tradimenti e ripicche, i due protagonisti, più che quarantenni e già nonni (la loro prima figlia è una ragazza madre) si comportano come adolescenti immaturi azzerando 20 anni di fedeltà e una unione consolidata che avrebbe dovuto essere di esempio per i tre figli. Invece, la crisi matrimoniale che li coinvolge nasce e si amplifica suscitando in loro delusione e sconforto. In quest'ottica il messaggio che arriva ai telespettatori non è rassicurante. La solidità della famiglia con i rispettivi ruoli materni e paterni, svolti con dedizione per anni, viene compromessa dall'inserimento di elementi da soap opera (per Anna il fidanzato del liceo, per Vittorio il tradimento con la nuova segretaria). Fortunatamente la riappacificazione finale dei due coniugi salva la fiction e l'unione familiare, grazie anche ai consigli di Teresa (Manuela Ventura), unico personaggio positivo della serie che, da vera amica la incoraggia nei momenti di crisi.

Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Papermoon
Italia - Rai Fiction
Regia: Luca Ribuoli
Sceneggiatori: Stefano Bises, Elena Bucaccio, Francesco Ciocie, Michele Pellegrini
Interpreti: Anna Valle, Neri Marcorè, Nicola Rignanese, Aurora Ruffino, Manuela Ventura, Dario Aita
In onda: dal 28 ottobre al 25 novembre, il martedì, alle 21,10
Durata: 6x90'
Ascolti medi: 5.521.000 telespettatori; 22.04% share



Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Rai Fiction
Cattleya
Regia: Marco Pontecorvo
Sceneggiatori: Laura Ippoliti, Andrea Purgatori
Interpreti: Luca Argentero, Anna Foglietta, Andrea Tidona, Gioglio Colangeli, Ninni Bruschetta, Saadet Aksoy
In onda: lunedì 12 e martedì 13 gennaio, alle 21,10
Durata: 2x120'
Ascolti medi: 3.541.000 telespettatori; 12.98% share

La spy story, ambientata tra l'Italia, il Libano e l'Afghanistan, racconta una vicenda di fantasia ispirata a fatti accaduti circa cinque anni fa, nel periodo di massima presenza del contingente italiano in Afghanistan nell'ambito dell'operazione militare, a guida Nato, autorizzata dalle Nazioni Unite.

Tra violente azioni militari, conflitti a fuoco, situazioni e immagini discutibili, tradimenti e compromessi, è inserita la love story, non priva di esplicite scene di sesso, tra il capitano Rosso (Luca Argentero) e Rania (Saadet Aksoy) la moglie di un violento trafficante d'armi libanese. Sullo sfondo, ma con ruolo di primo piano, i servizi segreti italiani con i vertici in perenne contrasto tra loro soprattutto per la gestione dei rapporti con la CIA. L'immagine che ne scaturisce non è edificante, nonostante il successo finale delle operazioni concluse in maniera non ortodossa. Tanto che, su di esse, sarà mantenuto il segreto in nome della Ragion di Stato.

La sceneggiatura non tiene conto dei più elementari valori etici, familiari e sociali. La figura materna di Rania, nei rapporti con la figlia sordo-muta di otto anni, è del tutto svilata dal comportamento della donna che rende la bimba sua complice per abbandonare il marito violento e fuggire con l'amante. Scene gratuite di nudi, amplessi che poco lasciano all'immaginazione, omicidi, rendono la miniserie inadatta ad una prima serata tv fruibile anche dal pubblico dei minori.



La terza stagione della serie con Francesco Arca presenta qualche novità rispetto al passato: l'attenzione si è spostata dal protagonista storico, ovvero il cane Rex, al poliziotto a cui il quattro zampe appartiene.

Francesco Arca, nel ruolo di Marco Terzani, ha certamente un'ottima agilità nel districarsi fra le varie indagini di cronaca nera che gli sono affidate. Ma si ha la sensazione che l'eroe vero di questa serie sia proprio il poliziotto "umano". Al cane è riservata una parte sicuramente importante ma di minor rilievo. L'intreccio giallistico è sempre valido perché affronta episodi di cronaca nera legati all'attualità in tutti gli aspetti, dalla malavita alle passioni, agli stupefacenti.

L'originalità di Rex è concentrata sul particolare fiuto del quattro zampe che riesce a "intuire" i pericoli e consentire al padrone di trovare sempre la soluzione di ogni indagine poliziesca. In quest'ottica, viene sempre valorizzato il forte legame affettivo che unisce il poliziotto al pastore tedesco.

Gli episodi della serie hanno tutti un ritmo veloce, grazie alla regia dei fratelli Marco e Antonio Manetti (i Manetti Bros.), attenti nella scelta e nella successione delle inquadrature.

Rete: Rai 2
Genere: Serie tv
Produzione: Beta film
Dog's Life
Regia: Marco e Antonio Manetti
Autori/Sceneggiatori: Marco e Antonio Manetti
Interpreti: Francesco Arca, Domenico Fortunato
In onda: dal 27 febbraio al 20 marzo, il venerdì, alle 21,10
Durata: 8x45'
Ascolti medi: 1.650.279 telespettatori; 6.19% share

Romeo e Giulietta



Rete: Canale 5
Genere: Fiction
Produzione: RTI - Lux Vide - Telecinco cinema Betafilm
Regia: Riccardo Donna
Sceneggiatori: Lea Tafuri, Riccardo Donna
Interpreti: Alessandra Mastronardi, Martino Rivas, Elena Sofia Ricci, Andy Luotto
In onda: mercoledì 3 dicembre e sabato 6 dicembre, alle 21,10
Durata: 2x130'
Ascolti medi: 2.994.000 telespettatori; 12.38% share

Trasposizione in chiave medievale della tragedia shakespeariana, la miniserie ha stravolto l'ambientazione e le atmosfere originali conferendo al racconto televisivo connotati differenti da quelli letterari. Nelle terre ghiacciate del Trentino, dove si sono svolte le riprese, Giulietta e il suo sfortunato Romeo hanno rivissuto, per Canale 5, la loro storia d'amore suscitando diverse perplessità. Accade sempre quando l'impianto drammaturgico viene adattato a esigenze contingenti che tradiscono lo schema dell'opera. Infatti, la miniserie, più che la tragedia, ha raccontato una saga ambientata in terre piene di neve e di ghiaccio estranee al calore italiano della Verona rinascimentale; ha trasferito i personaggi in un medioevo dalle tinte cupe e gotiche con cavalieri in pesanti armature, cavalli lanciati al galoppo quasi da film western. Persino l'armonioso balconcino di Verona da cui si affacciava Giulietta è diventato un terrazzino a sbalzo su un'alta parete del castello. Tanto che Romeo, per raggiungere Giulietta si è dovuto impegnare in una scalata quasi da alpinista. L'interpretazione dei due protagonisti (Alessandra Mastronardi e Martino Rivas) sembra aver risentito della fredda ambientazione scenica: non vi abbiamo ritrovato né il pathos, né il calore dell'opera shakespeariana, sempre presenti nelle differenti trasposizioni, compreso il più recente musical.

Senza identità



Intrighi, misteri, adozioni illegali, tradimenti, passioni e vizi privati della high society che nasconde sotto il perbenismo di facciata, un background di corruzione e di ricatti. Sembrebbero questi i desueti ingredienti della telenovela. Ma Senza identità ha pretese più ambiziose: modernizzare le atmosfere del romanzo ottocentesco di Dumas, Il Conte di Montecristo, e riproporle sotto le mentite sembianze di una serie tv che, tra l'altro, ammicca a quelle d'oltre oceano senza poterne reggerne il confronto. L'aggravante di un linguaggio spesso volgare e aggressivo penalizza maggiormente un prodotto ibrido, dai risvolti anche inquietanti, non adatto alla prima serata televisiva. Il desiderio della protagonista Maria Fuentes di cercare i genitori biologici, dopo aver casualmente saputo di essere stata adottata, fa riemergere un passato di segreti, ricatti, falso perbenismo, che porta anche all'omicidio. Quando la giovane si ritrova prigioniera in un carcere cinese di massima sicurezza, le modalità della sua evasione sono identiche a quelle di Edmond Dantes. Spunta persino una sorta di abate Faria in gonnella, una giovane detenuta che, in punto di morte, rivela alla Fuentes i codici segreti per accedere ad enormi somme di denaro custodite in un caveau. Maria ha un solo obiettivo: vendicarsi di chi l'ha fatta marcire dieci anni tra le sbarre. In un crescendo di violenza si accredita ancora una volta, la discutibile pretesa di farsi giustizia da soli, a tutti i costi.

Rete: Canale 5
Genere: Serie tv
Produzione: Diagonal tv
Regia: Joan Noguera
Autori/Sceneggiatori: Sergi Belbel, Cristina Clemente, Manuel Rios San Martin
Interpreti: Megan Montaner, Miguel Angel Munoz, Veronica Sanchez
In onda: dal 12 dicembre al 23 gennaio, il venerdì, alle 21,10
Durata: 7x105'
Ascolti medi: 3.902.000 telespettatori; 15.99% share

Sfida al cielo

La Narcotici 2



Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: Rai Fiction, Goodtime
Regia: Michele Soavi
Sceneggiatori: Michele Soavi, AA.VV.
Interpreti: Stefano Dionisi, Sergio Friscia, Raffaella Rea
In onda: dal 23 febbraio al 19 marzo, il martedì, alle 21,10
Durata: 6x100'
Ascolti medi: 3.428.655 telespettatori; 13.32% share

Punto centrale della serie è la lotta spietata tra bande rivali per la gestione del mercato della droga nella Capitale. A indagare l'intera squadra antidroga e anti racket della Narcotici, quasi tutta al femminile. Mentre l'aspetto giovanile è rappresentato da un gruppo di ragazzi che si avvicina al consumo di stupefacenti.

La sceneggiatura è intrisa dei consueti luoghi comuni: bombe, esplosioni, cadaveri, corruzione dilagante anche nei ceti più alti della "Roma bene" coinvolta in festini con qualche riferimento all'attualità. Una rappresentazione della società e della famiglia completamente negativa: vizi privati di genitori che conducono una doppia vita dietro la facciata di un perfezionismo ipocrita.

Colpisce, in particolare, il comportamento di un prestigioso cardiologo la cui vita, apparentemente irreprensibile, cela segreti sconcertanti e persino una dipendenza dalla droga. Discutibile la scelta della sceneggiatura di affidare alla figlia sedicenne, la scoperta delle nefandezze paterne. Inevitabili la lacerazione del nucleo familiare e le gravi conseguenze sulla psiche della ragazza.

Ma è tutto il contesto a muoversi in atmosfere discutibili, violente, all'insegna di una delinquenza organizzata che propone un modello esistenziale negativo nel quale il business è predominante e l'affettività relegata ai margini, mortificata dalla inquietante logica del malaffare.

Solo per amore



Una storia ansiogena che racconta personaggi con un burrascoso, misterioso e inquietante rapporto con il proprio passato. Tradimenti, bugie, ricatti e passioni nascoste sono gli ingredienti, tipicamente da soap opera, che alimentano i sentimenti dei protagonisti.

Pietro ed Elena appaiono come i componenti di una famiglia normale, addirittura felice. Ma a un certo punto tutto crolla dinanzi alle ombre del passato. Si disgrega, così, un rapporto di coppia che sembra stabile. Elena scopre che il marito, molti anni prima, era stato coinvolto nel suo rapimento. Dopo una tale rivelazione, la vicenda si complica con un turbinio di avvenimenti contrastanti: la realtà non è mai uguale a se stessa, cambia e assume aspetti differenti travolgendo gli stessi personaggi. Al punto che il telespettatore non riesce più a comprendere la vera natura dei protagonisti in bilico tra il bene e il male.

Lo sviluppo dell'intera vicenda propone una visione poco edificante della famiglia rappresentata negli aspetti più degradanti. Esplicite scene di sesso, per lo più gratuite, completano il desolato quadro del racconto. Avrebbero potuto essere sicuramente eliminate da una sceneggiatura che, invece, privilegia il voyeurismo più spinto non solo sotto le lenzuola, ma anche attraverso l'intrigo e la catena di misteri che si snoda nel corso delle puntate.

Rete: Canale 5
Genere: Serie tv
Produzione: Endemol Italia RTI
Regia: Daniele Falleri, Raffaele Mertes
Sceneggiatori: Mauro Casiraghi, Roberta Colombo, Eleonora Fiorini, Dante Palladino, Davide Sala
Interpreti: Kaspar Capparoni, Valentina Cervi, Antonia Liskova, Massimo Poggio
In onda: dal 7 gennaio al 4 marzo, il venerdì, alle 21,10
Durata: 10x80'
Ascolti medi: 3.906.000 telespettatori; 14.77% share

Sons of liberty

Ribelli per la libertà



Rete: History
Genere: Serie tv
Produzione: Stephen David Entertainment, Stirling Films, A+E Studios
Regia: Kari Skogland
Sceneggiatori: Stephen David, Kirk Ellis, David C. White
Interpreti: Ben Barnes, Rafe Spall, Henry Thomas, Michael Raymond James
In onda: Dal 3 al 17 marzo, il martedì, alle 21,00
Durata: 3x85'
Ascolti medi: n.p.

La guerra che ha portato alla liberazione dell'America dal dominio coloniale britannico e alla formazione degli Stati Uniti: è questo il tema della miniserie realizzata con una sapiente e puntigliosa ricostruzione delle caratteristiche dell'epoca.

Una storia avvincente dal ritmo incalzante, una sceneggiatura calata nella realtà, una recitazione adeguata conferiscono al prodotto una finalità divulgativa. History riesce a puntare l'attenzione su un evento di indiscussa importanza storica, lontano dal freddo nozionismo dei testi scolastici.

La storia, raccontata in maniera moderna e interessante, suscita curiosità e si segue con la medesima attenzione di una soap opera. Il merito del canale è di aver diminuito il numero di documentari con la classica voce narrante a favore di un racconto serializzato nel quale la sceneggiatura riesce a coniugare la verità storica con la spettacolarizzazione degli avvenimenti.

Un'operazione riuscita in quanto la storia esce dai soliti manuali e acquista una dimensione moderna, in grado di non deludere l'esigente pubblico del canale abituato a rigorose ricostruzioni storico - scientifiche. La meritoria opera di informazione culturale ha il pregio di conquistare anche la fascia giovane dei telespettatori ai quali viene offerta la possibilità di conoscere più da vicino i protagonisti della storia.

Squadra Antimafia 6



Giunta alla sesta stagione, Squadra antimafia continua a raccontare la lotta tra Stato e mafia. Leit motiv delle dieci puntate proposte, la guerra del vicequestore Domenico Calcaterra (Marco Bocci) alla potente organizzazione mafiosa Crisalide e il profilarsi all'orizzonte dei Ragno, nuova famiglia mafiosa con la quale, ad un certo punto, sembra che lo stesso Calcaterra abbia stretto un patto. L'apparente abbandono della legalità, l'accusa di corruzione e taglieggiamento e l'attrazione tra Calcaterra e la mafiosa Rachele Ragno rappresentano gli aspetti più discutibili. Tra misteri, colpi di scena, atmosfere cupe, tradimenti e spettacolari spargimenti di sangue, si inserisce l'elemento sentimentale svilito da rapporti evanescenti e mutabili, da dietro front amorosi, da scene di sesso esplicito. Come nelle altre stagioni, non esiste una serena rappresentazione dell'affettività che, al contrario, assume aspetti discutibili e ambigui anche nella quotidianità nella quale vivono i protagonisti.

La sceneggiatura non prevede momenti di pausa: la rincorsa al nemico sfuggente è continua, ansiogena e crea nel telespettatore la dolorosa sensazione che i protagonisti siano segnati da un destino senza una via d'uscita.

La superficialità e la disinvoltura con cui si impugnano e si usano le armi, le improbabili e irreali "resurrezioni" di alcuni personaggi, fanno da contorno ad un prodotto non adatto ai minori.

Rete: Canale 5
Genere: Serie tv
Produzione: TaoDue
Regia: Kristoph Tassin, Samad Zarmandili
Sceneggiatori: Sandrone Dazieri, Valter Lupo, Giorgio Nerone
Interpreti: Giulia Michelini, Marco Bocci, Roberto Salemi, Greta Scarano, Ana Caterina Morariu, Dino Abbrescia
In onda: dall'8 settembre al 10 novembre, il lunedì, alle 21,10
Durata: 10x100'
Ascolti medi: 4.407.000 telespettatori; 17,62% share

Squadra mobile



Rete: Canale 5
Genere: Serie tv
Produzione: TaoDue RTI
Regia: Alexis Sweet
Sceneggiatori: Angelo Carbone, Barbara Petronio
Interpreti: Valeria Bilello, Antonio Catania, Daniele Liotti, Giorgio Tirabassi
In onda: dal 20 aprile all'8 giugno, il lunedì, alle 21,10
Durata: 8x80'
Ascolti medi: 4.223.000 telespettatori; 16.45% share (fino al 30 aprile)

La nuova serie si rifà alle atmosfere di Di-stretto di polizia di cui Tirabassi, nel ruolo di Roberto Ardenzi, è stato protagonista per anni su Canale 5. L'ex commissario del X° Tuscolano, senza alcun segno di invecchiamento, torna a capo di una nuova squadra di poliziotti per combattere crimini ispirati all'attualità e a vicende di cronaca realmente accadute, come lo stalking, il maltrattamento dei minori, il razzismo, le molestie, il cyber-bullismo. Apprezzabile il tentativo di affrontare problematiche moderne da parte della Squadra mobile che opera anche con una certa sensibilità nei riguardi delle storie in cui sono coinvolti minori. Ma non basta. La sceneggiatura tratteggia le vicende con la consueta tecnica strappa - audience della fiction italiana: l'approccio, per ragioni di tempo, è naturalmente solo abbozzato e i problemi veri sono solo sfiorati. La serie intreccia le vicende, su cui la squadra indaga, con la vita privata dei poliziotti secondo i canoni classici della lunga serialità. La rappresentazione delle vicende, una a puntata, non è mai scevra da una certa violenza: le situazioni descritte spesso non sono adeguate ad un pubblico di minori e le relazioni sentimentali risentono di una superficialità da soap opera. Sullo sfondo gli scorci e gli angoli più affascinanti di Roma fotografata in una bellezza coinvolgente che fa da contraltare ai conflitti, alla corruzione e alle brutture con cui la Squadra mobile deve confrontarsi ogni giorno.

The Knick



Alla perfezione cinematografica delle riprese e alla ineccepibile recitazione del cast, fanno da contraltare scene molto crude in cui compaiono corpi sventrati, consumo di droghe, pratiche abortive e personaggi decisamente negativi. Il protagonista, il dottor Thackery, primario chirurgo del Knickerbocker Hospital di New York, trova nella cocaina il rifugio alla propria filosofia esistenziale nella quale ha cancellato ogni valore positivo dopo aver negato persino l'esistenza di Dio. Personaggio difficile, segnato dal suicidio del suo mentore, Thackery presenta una personalità controversa e, per molti aspetti, debole. Dinanzi alla sofferenza e alla morte, compagne abituali del suo lavoro, precipita in un abisso di disperazione che ne annienta la capacità di reagire e la razionalità per venirne fuori. La serie si sviluppa su due linee parallele: la perfezione del prodotto, realizzato in maniera ineccepibile grazie anche ad un'ottima fotografia e la fragilità dell'uomo che non riesce a dare una motivazione alla propria esistenza, sciupandola miseramente. Tutt'intorno un'umanità dai tratti discutibili che ignora ogni valore etico e agisce esclusivamente in funzione dell'interesse economico e delle passioni da cui è agitata. La visione di scene da grand guignol completa il quadro di un prodotto che alimenta, in maniera eccessiva, la curiosità morbosa del telespettatore.

Rete: Sky Atlantic
Genere: Serie tv
Produzione: Gregory Jacobs, Steven Soderbergh, Michael Sugar, Clive Owen
Regia: Steven Soderbergh
Sceneggiatori: Jack Amiel e Michael Begler
Interpreti: Clive Owen, André Holland, Jeremy Bobb, Juliet Rylance, Eve Hewson
In onda: dall'11 novembre al 9 dicembre, il martedì alle 21,10
Durata: 10x45'
Ascolti medi: 159.000 telespettatori; share n.p.

The Musketeers



Rete: Italia 1
Genere: Serie Tv
Produzione: BBC One, BBC America
Regia: Andy Hay e registi vari
Sceneggiatori: Adrian Hodges e AA.VV.
Interpreti: Luke Pasqualino, Tom Burke, Howard Charles, Santiago Cabrera, Peter Capaldi
In onda: dal 19 dicembre al 9 gennaio, il venerdì, alle 21,10
Durata: 10x60'
Ascolti medi: 1.166.250 telespettatori; 5.15% share

Ennesima trasposizione del romanzo di Alexander Dumas, la serie presenta i Moschettieri in una veste differente da quella standardizzata nelle innumerevoli versioni cinematografiche e televisive. I personaggi hanno perso la classica caratterizzazione di eroi cortesi consolidata negli anni: come sempre sono pronti a sguainare la spada ma, in questo caso, non disdegnano atteggiamenti violenti che si concretizzano anche con l'uso di armi da fuoco. Il loro impegno, a difesa del Re Luigi XIII, troppo spesso diventa una vera e propria "mattanza" con l'uccisione di un gran numero di avversari. Tutto è rappresentato con scene cruente, all'insegna di una violenza che, senza dubbio, non si riscontra nell'opera letteraria a cui la serie si ispira. I reiterati delitti e le relative carneficine stravolgono le figure dei Moschettieri. Noto l'impegno della BBC nell'allestimento di un prodotto tecnicamente di ottimo livello. La realizzazione dei costumi è aderente alle mode dell'epoca e curata nei dettagli. I luoghi sono stati ricostruiti con particolare attenzione. Unico appunto: una certa incongruenza dal punto di vista temporale, poiché le immagini, più che alla giusta collocazione seicentesca, rimandano ad un periodo precedente con atmosfere tipicamente medioevali. Apprezzabile la recitazione. Il cast giovane è credibile in quanto i personaggi sono ben definiti. Peccato che tutto si sia infranto contro il muro di una violenza inaspettata.

The Vampire Diaries



L'horror imperversa nella fascia del daytime pomeridiano di Italia 1. La serie statunitense è basata sui libri di Lisa Jane Smith, che raccontano l'esistenza, apparentemente normale, di un'adolescente, Elena Gilbert. A stravolgere ogni sua concezione dell'amore, arriva la scoperta che il suo ragazzo è un vampiro. Sarà proprio lui a rivelarle di essere stata adottata. Su questa trama si sviluppa un intreccio di avventure tra l'horror, il soprannaturale e il paranormale. Il tutto mescolato in atmosfere cupe, evidenziate da una fotografia tetra e troppo spesso, inquietante. La novità della serie è la presenza di vampiri giovani che, tra l'altro, si esprimono in un linguaggio assolutamente inadatto alla fascia oraria in cui viene trasmessa. Dispiace constatare che il pomeriggio di Italia 1 sia occupato da serie discutibili, i cui contenuti non sono idonei ai minori, a quell'ora sicuramente presenti dinanzi al piccolo schermo. L'universo di The Vampire Diaries è abitato non solo da vampiri (cadaveri viventi), ma anche da streghe, licantropi, fantasmi, strane creature a metà strada tra la fantasia e l'horror. La serie ha cavalcato il successo del genere "vampiri", che si è affermato oltre oceano e ha coinvolto, in maniera quasi fanatica, il mondo adolescenziale. Le storie inverosimili, lontane dalla realtà, rischiano di provocare una sorta di straniamento che può influire in maniera negativa sui comportamenti e sulla fragile psiche dei giovani telespettatori.

Rete: Italia 1
Genere: Serie tv
Produzione: n.p.
Regia: Marcos Siega, John Behring, Chris Grismer, J. Miller Tobin, Joshua Butler
Sceneggiatori: Julie Plec, Kevin Williamson, Caroline Dries, Brian Young
Interpreti: Nina Dobrev, Paul Wesley, Ian Somerhalder, Steven R. McQueen
In onda: da lunedì 5 gennaio, dal lunedì al venerdì, alle 15,45
Durata: 45'
Ascolti medi: 390.000 telespettatori; 3.35% share

Top of the Lake

Il mistero del lago



Rete: laeffe
Genere: Serie tv
Produzione: See-Saw Films, Screen Australia
Regia: Jane Campion, Garth Davis
Sceneggiatori: Jane Campion, Gerard Lee
Interpreti: Elisabeth Moss, Holly Hunter, Peter Mullan, David Wenham
In onda: dal 17 marzo al 21 aprile, il martedì, alle 21,00
Durata: 6x60'
Ascolti medi: n.p.

La miniserie firmata dal premio Oscar Jane Campion è ambientata in Nuova Zelanda e racconta le vicende di una giovane detective, Robin Griffin, che, dopo anni, torna nel proprio paese, Laketop, per visitare la madre malata. Ben presto però si trova ad indagare sulla sparizione di Tui Mtcham, una ragazzina di soli dodici anni e già incinta.

Su questa vicenda si innestano le storie della piccola comunità e le dinamiche che regolano la vita degli abitanti tra diffidenza, maschilismo e violenza. Il tutto sulle rive di un lago che sembra nascondere un angosciante mistero. Il prodotto è una miscelanea di diversi generi drammatici, dal thriller al mystery. Il racconto è intenso e a tratti inquietante e propone una riflessione sul lato nascosto degli esseri umani cercando di portare alle superficie quanto si cela nell'intimo di ogni persona.

I paesaggi della Nuova Zelanda, si prestano a rappresentare con efficacia, l'isolamento dei protagonisti dal resto del mondo. Un isolamento che, per motivi geografici, coinvolge la stessa comunità ancora arroccata su pregiudizi, quali l'accentuato maschilismo che impedisce di cogliere alcune forme di violenza. Sono proprio questi elementi a ostacolare le indagini della detective.

Top Of The Lake più che le azioni, privilegia le dinamiche psicologiche dei personaggi. In particolare, evidenzia le difficoltà vissute dalle donne in un contesto sociale che fatica ad accettarne indipendenza.

Un nuovo mondo



Sull'isola di Ventotene visse, negli anni '40, in regime di confino, un gruppo di giovani dissidenti che riuscì, sfuggendo al controllo dei nazi - fascisti, a scrivere un testo, successivamente definito "Il manifesto di Ventotene" nel quale si delineava il progetto di un'Europa Unita.

Il tv movie segue le vicende di Altiero Spinelli, Eugenio Colomi, Ernesto Rossi, Ursula Hirschmanne dei loro amici, sino alla caduta del fascismo e alla realizzazione del progetto di Europa Unita fortemente voluto e inseguito con determinazione.

Con piglio educativo, ma con semplicità e senza orpelli narrativi, il racconto si fonda su solide basi storiche. Attraverso i dialoghi dei protagonisti si assiste alla nascita ideologica dell'Europa unita. La sceneggiatura documenta con precisione gli eventi accaduti e sottolinea il sentimento di amicizia che univa i confinati. Senza sbavature, concessioni alla facile retorica di mestiere e soprattutto senza mai indulgere su scene discutibili. Un mondo nuovo ha fatto conoscere alle new generation un aspetto della nostra storia nazionale e un'utopia che, solo successivamente, si è concretizzata nel progetto dell'Europa unita voluta da Spinelli.

Per la tenacia e la forza di volontà con cui i protagonisti hanno sopportato disagi e persecuzioni, la fiction contiene un messaggio di grande valore storico, morale, umano grazie al quale passano in secondo piano le eventuali imperfezioni.

Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Palomar-Rai Fiction
Regia: Alberto Negrin
Sceneggiatori: Alessandro Sermoneta, Chiara Laudani, Alberto Negrin
Interpreti: Vinicio Marchioni, Isabella Ragonese, Orlando Cinque, Peppino Mazzotta
In onda: domenica 23 novembre, alle 21,10
Durata: 100'
Ascolti medi: 2.943.000 telespettatori; 12.14% share

Un passo dal cielo 3



Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: Lux Vide Rai Fiction
Regia: Monica Vullo, Jan Michelini
Sceneggiatori: Mario Ruggeri, Enrico Oldoini, Andrea Valagussa, Francesca De Michelis, Salvatore Basile
Interpreti: Terence Hill, Francesco Salvi, Rocio Munos Morales, Katia Ricciarelli, Giusy Buscemi, Fabio Fulco
In onda: dall'8 gennaio al 12 marzo, il giovedì, alle 21,15
Durata: 10x100'
Ascolti medi: 7.075.000 telespettatori; 29.99% share

La terza serie ripropone il medesimo trend delle precedenti. Veri protagonisti sono i paesaggi spettacolari dell'Alto Adige che fanno da sfondo alle vicende. L'indugiare delle telecamere sugli esterni mostra la bellezza dei panorami come in una promozione turistica.

Terence Hill, nel ruolo di Pietro, guardia forestale, evidenzia i tratti caratteristici di Don Matteo, il prete che lo ha reso noto al grande pubblico televisivo. La sceneggiatura, nel complesso, non presenta picchi di creatività e di originalità. Le storie, basate su tematiche attuali di immigrazione e criminalità, hanno trame spesso prevedibili. Ma il gradimento dei telespettatori è costante e in crescita esponenziale per la presenza di buoni sentimenti e valori la cui affermazione, alla fine, è sempre assicurata. Un passo dal cielo rappresenta per il pubblico generalista di Rai 1 una sorta di fuga, di evasione dalle realtà difficili e spesso angoscianti dell'attuale periodo storico. Terence Hill, con il suo linguaggio rassicurante e familiare, è identificato come un modello positivo nel quale poter credere con fiducia illimitata.

In questo contesto la bellezza assume un doppio significato: spirituale e paesaggistico. I personaggi delle storie raccontate sembrano inseriti in una sorta di suggestiva cartolina illustrata nella quale l'azzurro del cielo è altrettanto rassicurante come i buoni sentimenti.

Una bellezza mozzafiato che gli avvenimenti non riescono a contaminare.

Un posto al sole



La più longeva soap opera italiana, in video dal 21 ottobre del 1996, è ambientata a Napoli, a Palazzo Palladini, sulla collina di Posillipo, di fronte al mare e al Vesuvio. In un avvicinarsi di nuovi personaggi e di protagonisti storici che tornano ciclicamente, la serie in 19 anni, è sempre rimasta ancorata alla realtà.

Bandita la cronaca rosa e i consueti intrecci da fotoromanzo, tipici delle soap opera, gli sceneggiatori hanno privilegiato la vita vissuta in un intreccio di sentimenti privati e di grandi tematiche locali e nazionali. Agli amori e ai tradimenti, alla sofferenza e agli odi, all'amicizia e alla solidarietà che agitano quotidianamente gli abitanti di Palazzo Palladini, si affiancano problematiche di più ampio spessore.

La salvaguardia dell'ambiente, il dramma della Terra dei Fuochi, la corruzione, la camorra, la violenza in genere e, in particolare, sulle donne, lo stalking, lo stupro, la dipendenza dalla droga: tutto è raccontato tra la realtà e la necessaria invenzione spettacolare. Pur se affrontati con rigore, alcuni temi, nell'orario di messa in onda, risultano non idonei al pubblico dei minori privo degli strumenti necessari per comprenderli ed elaborarli nella giusta maniera. Caratteristica della soap opera, è il forte legame con la città di Napoli. In particolare i problemi, anche drammatici, dell'hinterland partenopeo vengono affrontati sempre con un certo ottimismo e con uno sguardo al futuro che lascia intravedere possibili soluzioni.

Rete: Rai 3
Genere: Soap opera
Produzione: Rai Fiction, Freemantle Italia
Regia: AA.VV.
Sceneggiatori: AA.VV.
Interpreti: Davide Devenuto, Claudia Ruffo, Samanta Piccinetti, Michelangelo Tommaso, Marina Tagliaferri, Nina Soldano
In onda: durante tutta la stagione televisiva, dal lunedì al venerdì, alle 20,35
Durata: 25'
Ascolti medi: 2.131.595 telespettatori; 7.74% share

Una casa nel cuore



Rete: Rai 1
Genere: Fiction
Produzione: Red Film, Rai Fiction
Regia: Andrea Porporati
Autori/Sceneggiatori: Giuseppe Badalucco, France De Angelis, Francesca Panzarella
Interpreti: Cristiana Capotondi, Ludovico Vitrano, Aurora Giovinazzo
In onda: lunedì 6 aprile, alle 21,10
Durata: 1x120'
Ascolti medi: 5.276.000 telespettatori; 20,52% share

Cadere in basso, precipitare nell'abisso della disperazione per aver perso tutto: marito, posizione economica, casa, figlia. E poi risorgere lentamente conquistando la consapevolezza di se stessa, della propria forza di volontà. Questo è il chiaro messaggio del tv movie in cui è stata raccontata la storia di Anna, giovane donna che riesce a fronteggiare l'abbandono del marito, la situazione di nuova povertà in cui si trova e la perdita della figlia data in affidamento temporaneo.

Il forte senso materno della protagonista sorretta, nelle difficoltà dall'amore per la figlia, è il sentimento fondamentale per la rinascita. Nessuna resa al destino da parte di Anna, neppure quando è costretta a rifugiarsi su un barcone ormeggiato sul fiume Tevere insieme ad altre persone in attesa di una casa. Lo spirito di solidarietà che si instaura, nella precaria sistemazione galleggiante, è più forte delle avversità e infonde ad Anna una nuova consapevolezza della dignità umana e del dolore. Solo attraverso la sofferenza riuscirà a recuperare la fiducia anche in un futuro sentimentale.

Gli immancabili stereotipi della fiction italiana e qualche superficialità, non intaccano la positività del messaggio. Unico neo: il rifiuto netto dei suoceri di Anna ad accogliere in casa la nipote e la nuora, lasciandole letteralmente in mezzo alla strada.

Una grande famiglia 3



La pretesa ambiziosa di rappresentare "una grande famiglia" in tutte le dinamiche non è riuscita. La terza serie della fiction non mostra alcun rispetto per i valori sui quali dovrebbe essere fondato un vero nucleo familiare: persino i ruoli di genitori e figli vengono relativizzati svuotandosi di ogni contenuto etico. Le relazioni tra i componenti sono stravolte per la ricerca ossessiva, da parte degli sceneggiatori, di nuove e discutibili linee narrative.

Uno degli elementi fuorvianti, ad esempio, è stata l'apparizione della figlia segreta della matriarca, partorita in età adolescenziale e data forzatamente in adozione, della quale lei stessa aveva perso il ricordo. La maternità viene, così, mortificata in maniera quasi sconvolgente; un esempio poco edificante, in un periodo difficile, come quello attuale, in cui dovrebbe essere valorizzata al meglio.

Gli intrecci sentimentali costituiscono un ulteriore svilimento della sfera affettiva. Misteri, segreti, verità nascoste tra fratelli e parenti, assenza di fiducia reciproca: è questa la rappresentazione delle relazioni inter-familiari.

La sensazione, penosa e deprimente, è che la famiglia, protagonista della serie, stia subendo pesantemente l'influsso di soap opera come Beautiful in cui gli amori nascono e si sviluppano all'interno dello stesso nucleo familiare con torbide vicende e illecito alternarsi dei partner.

Un ulteriore elemento negativo è la presenza di esplicite scene di sesso.

Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: Cross Production, Rai 1
Regia: Riccardo Donna
Autori/Sceneggiatori: Stefano Bises, Ivan Cotroneo, Monica Rametta
Interpreti: Alessandro Gassman, Stefania Rocca, Stefania Sandrelli
In onda: dal 12 aprile al 2 giugno, il lunedì, alle 21,10
Durata: 8x100'
Ascolti medi: 4.991.000 telespettatori; 19,19% share

Una pallottola nel cuore



Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: Rai Fiction, Compagnia Leone Cinematografica
Regia: Luca Manfredi
Sceneggiatori: Nicola Lusuardi, Salvatore Basile, Francesco Arlanch, Luca Manfredi, Gigi Proietti
Interpreti: Gigi Proietti, Francesca Inaudi, Licia Maglietta, Marco Marzocca, Ruben Rigillo, Paola Minaccioni, Franco Castellano, Carlotta Proietti
In onda: dal 21 ottobre al 10 novembre 2014, il lunedì, alle 21,10
Durata: 4x90'
Ascolti medi: 5.728.000 telespettatori; 21.9% share

Gigi Proietti è Bruno Palmieri, reporter di cronaca nera in un grande giornale romano. Vive da anni con "una pallottola nel cuore" che i medici non hanno potuto rimuovere dopo un attentato a cui è miracolosamente sopravvissuto. Rinuncia ad andare in pensione per risolvere, grazie alla sua capacità investigativa, una serie di "cold case", rimasti irrisolti. Palmieri, nel suo percorso verso la scoperta dei colpevoli, è animato da un unico scopo: la ricerca della verità e della giustizia, valori universali spesso trascurati in nome dell'approssimazione e della superficialità. Ma il comportamento del reporter assume un significato più ampio: esorta ad un modello di vita integro e mai ambiguo, incita a non fermarsi dinanzi alle apparenze, a non giudicare prima di avere la certezza matematica. In quest'ottica Palmieri è anche un simbolo di solidarietà verso il prossimo. Soprattutto non ha il sussiego di un Poirot o di uno Sherlock Holmes, ma la familiarità e l'affidabilità di un professionista "nazional-popolare" nella migliore accezione del termine. L'ottima interpretazione di un sempre affidabile Proietti, la coralità recitativa del cast che lo circonda, le atmosfere da commedia che sdrammatizzano, nei momenti opportuni la tensione del racconto, hanno conferito ulteriore credibilità alla serie. Peccato che il protagonista, sulle tracce delle verità altrui, lasci in sospeso le sue "verità": immaginiamo sia un effetto voluto per preparare lo spettatore alla seconda serie.

Un'altra vita



Emma (Vanessa Incontrada) è una donna medico che, all'indomani dello scandalo in cui è coinvolto il marito, lascia Milano e si rifugia all'isola di Ponza sperando in un'altra vita assieme alle tre figlie. Qui riesce a superare le iniziali diffidenze degli isolani e degli stessi colleghi del centro medico in cui lavora. Ma si innamora di Antonio (Daniele Liotti) che nasconde, nella villa in cui abita, la moglie colpita da pazzia in seguito alla morte della loro unica figlia. Un'altra vita è una storia priva di qualsiasi modello di famiglia. I due protagonisti vivono un rapporto di coppia non accettabile dal punto di vista etico. Il quadro affettivo è notevolmente confuso: da una parte Emma reagisce allo scandalo, testimonia contro il marito e decide di restare a Ponza. Dall'altra Antonio non può abbandonare la moglie perché malata. Ma ambedue non esitano a concedersi una lunga notte d'amore. Questa situazione è vissuta dalla protagonista sotto gli occhi delle tre figlie di età differenti e della suocera (Loretta Goggi). Il finale aperto sembrava preludere ad una seconda stagione che, invece, non ci sarà. Pur attingendo a piene mani dal libro "Jane Eyre" di Charlotte Bronte per descrivere la moglie malata di mente, gli sceneggiatori non hanno avuto il coraggio di delineare per nessuno dei due protagonisti una prospettiva per il futuro.

Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: Endemol e Rai Fiction
Regia: Cinzia TH Torrini
Sceneggiatori: Ivan Cotroneo, Stefano Bises, Monica Rametta
Interpreti: Vanessa Incontrada, Loretta Goggi, Cesare Bocci, Daniele Liotti
In onda: dall' 11 settembre al 14 ottobre, il giovedì, alle 21,10
Durata: 6x100'
Ascolti medi: 6.994.000 telespettatori; 27.37% share

Velvet 1



Rete: Rai 1
Genere: Serie tv
Produzione: Bambù Producciones
Regia: Carlos Sedes, David Pinillos
Sceneggiatori: Ramón Campos, Gema R. Neira, Ángela Armero, Daniel Martín, Jaime Vaca
Interpreti: Paula Echevarría, Miguel Ángel Silvestre, Aitana Sánchez-Gijón
In onda: dal 27 agosto al 10 dicembre, il mercoledì, alle 21,15
Durata: 16x75'
Ascolti medi: 3.511.000 telespettatori; 13,44% share

Si parte dal consueto stereotipo: l'amore tra un lui ricco, affascinante, appartenente all'alta società e una lei di umili origini. La scintilla, scoccata nell'età adolescenziale, non si spegne e nel tempo il sentimento si rafforza. Ma non c'è un epilogo felice per la prima stagione.

Lui deve sposare una ricca ereditiera per salvare dal fallimento il suo atelier dopo la morte del padre, mentre lei partecipa ai preparativi delle nozze della rivale con l'angoscia nel cuore. Feuilletton e soap opera si mescolano insieme in un alternarsi di situazioni spesso al limite del credibile. I protagonisti sembrano imbalsamati in una recitazione accademica, senza calore.

Ma ad essere estremamente discutibile è il messaggio: far passare per normalità il sacrificio delle proprie aspirazioni e dei propri sentimenti per fini economici. Il potere del denaro condiziona il destino dei protagonisti senza alcun riguardo per l'affettività palesemente mortificata.

Fino all'ultima immagine della prima stagione, si è sperato in un colpo di scena che ricongiungesse i due innamorati. Invece lui ha sposato, come previsto, la ricca ereditiera. La sacralità del matrimonio basata sull'amore reciproco, viene frantumata veicolando un messaggio deleterio proprio quando si avrebbe maggiormente bisogno di ritrovare quegli affetti fondamentali sui quali si costruisce una famiglia sana.

Zio Gianni



Nata da un'idea dei The Pills, gruppo consegnato alla notorietà da Youtube, la sitcom avrebbe dovuto avvicinare il pubblico giovane a Rai 2. Gianni, 50enne divorziato e senza lavoro, è costretto a convivere con tre giovani ventenni. Dal contrasto generazionale dovrebbe svilupparsi una comicità basata sulle differenti reazioni agli eventi quotidiani. Non convince, però, lo spaccato di convivenza presentato: il rapporto venutosi a creare tra Gianni e i tre coinquilini vive di situazioni surreali, improponibili, sorprendenti, molto distanti dalla realtà.

Pur improntati all'ironia e alla leggerezza, molte situazioni appaiono costruite e non tengono conto di valori umani come amicizia e rispetto reciproco. I tre giovani coinquilini, spesso con tracotanza, pretendono di avere sempre ragione e di imporre la loro visione di vita al più anziano Gianni che, vessato, sopporta tutto pur di continuare a dividere con loro l'appartamento. Discutibile in una puntata, l'approccio dei tre ragazzi con il piccolo figlio di Gianni: Chiara gli mostra filmati sulla mattanza dei tonni, mentre Fulvio e Rodolfo gli inculcano idee non idonee alla sua età. Si fanno passare per ironici comportamenti non idonei.

Se l'intento era di rappresentare la vita dei ventenni di oggi, l'obiettivo non è stato centrato. E soprattutto il messaggio della sitcom è negativo: si propongono modelli discutibili per una new generation che ha bisogno di certezze e di valori ben saldi.

Rete: Rai 2
Genere: Serie tv
Produzione: Ascent film, Rai Fiction
Regia: Daniele Grassetti, Sydney Sibilia
Sceneggiatori: Luigi Di Capua, Luca Ravenna, Luca Vecchi, Matteo Corradini, Sydney Sibilia, Matteo Rovere, Daniele Grassetti
Interpreti: Paolo Calabresi, Cristel Checca, Francesco Russo, Luca Di Capua
In onda: dal 22 dicembre al 31 gennaio, dal lunedì al venerdì, alle 21,10
Durata: 27x9'
Ascolti medi: 1.016.874 telespettatori; 3,86% share

SPOT

3 Italia iPhone 6



La compagnia telefonica "3" affida la promozione dell'iPhone 6 a una star internazionale molto amata dal pubblico televisivo: Mika. Attraverso una fotografia patinata, lo spot presenta "un giovane che ha cambiato città, paese, vicini di casa, idee, esigendo sempre il massimo da se stesso e da quanto lo circonda". Le immagini mostrano Mika, noto cantante e giurato di X Factor targato Sky, in vari momenti della sua vita da popstar: mentre scatta una foto ai suoi fan dal finestrino di un'auto, mentre sceglie gli abiti di scena e mentre si allena su un tapis roulant. Per concludere che, nel corso della sua carriera, il giovane artista ha cambiato tutto, anche smartphone.

"L'importante nella vita è cambiare" dice Mika, ma non viene specificato che il cambiamento deve essere finalizzato ad un miglioramento, prima di tutto di se stessi. Lo spot appare abbastanza scontato in quanto punta esclusivamente sul volto accattivante e pulito di Mika per la promozione dell'iPhone 6. Un messaggio solo commerciale rivolto prevalentemente alla potenziale fascia giovanile di acquirenti legata alle evoluzioni della tecnologia telefonica. La "3" si rivolge esclusivamente al consumatore in maniera diretta ma fredda. Da Mika, personaggio attento a valorizzare le potenzialità giovanili, come ha sempre dimostrato nelle sue funzioni di giudice, ci si poteva attendere un valore aggiunto nei confronti del target al quale è destinato lo spot pubblicitario.

Genere: Spot
Produzione: Movie Magic
Agenzia: Arnold
Wordwide
Committente: 3 Italia
Durata: 32"

Acqua Lete

Teo innamorato



Genere: Spot
Produzione: Rumblefish
Agenzia: Turner
Committente: Acqua Lete
Durata: 1' 31"

Lo spot è realizzato per i bambini, ed è trasmesso anche su Boing e Cartoonito, reti con una programmazione dedicata all'infanzia.

Per parlare ai più piccoli si ricorre ad una famiglia animata composta da mamma, papà e dal figlio Teo: tutti e tre hanno la forma della bottiglia d'acqua da promuovere. Per il target a cui lo spot è destinato si è realizzata una situazione rassicurante, in un ambiente caldo e accogliente. La famiglia rappresentata è perciò il classico modello "tradizionale" già visto in numerose pubblicità e fiction: il papà legge il giornale e va ad aprire quando suonano il campanello, perché la mamma è impegnata in cucina. È Teo, appena tornato da scuola. Il ragazzino è innamorato e, a tavola, non mangia ma sospira.

Il padre allora ricorda il primo amore di gioventù: una ragazzina alla quale la mamma di Teo rivolge epiteti poco simpatici. Un esempio certo non positivo, seppur giustificato dall'affetto della moglie nei confronti del marito. Il signor Lete racconta le sue avventure; intanto parte il claim "In famiglia ce n'è sempre una da digerire", evidenziando così la gelosia della mamma.

Uno spot che non dovrebbe essere rivolto ai bambini. Inoltre, come aggravante, si basa su stereotipi troppo consolidati.

Amica Chips

Ci vorrebbe un'amica



Abbandonato il vecchio testimonial Rocco Siffredi con i suoi doppi sensi a sfondo sessuale, l'azienda opta per una singolare love story tra un uomo e una gigantesca confezione di patatine fritte.

Sulle note della celebre canzone "Ci vorrebbe un amico" di Venditti, qui ovviamente declinata al femminile, lo spot mostra le immagini di un uomo che non riesce a separarsi dalla sua "ingombrante" amica. L'enorme confezione di patatine infatti, diviene la partner inseparabile del protagonista e lo accompagna in ogni attività della vita quotidiana. Con espressione compiaciuta e, per certi aspetti divertente, il protagonista concede tutte le attenzioni alla sua "amatissima" partner: le dedica una canzone al pianoforte, la pone in bella mostra accanto a lui nel letto matrimoniale, la conduce al ristorante e persino in crociera, sul pontile di una nave. Le immagini colpiscono per l'originalità della paradossale situazione: il prodotto da promuovere è costantemente inquadrato, mostrando un messaggio che va oltre il fine puramente commerciale. Il rapporto del protagonista con la mega-busta di patatine appare particolarmente affettuoso, simbolo di una consolidata amicizia. Ma lo stesso messaggio può acquistare un aspetto deviante. In una realtà in cui si cerca di contrastare la dilagante obesità infantile, mostrare un gigantesco pacco di patatine come compagno di vita può stimolare, nei bambini, naturalmente già golosi del prodotto, un uso smodato che nuoce alla salute.

Genere: Spot
Produzione: NCN
Agenzia: Saatchi & Saatchi
Committente: Amica Chips
Durata: 1'

Campari

Red Passion



Genere: Spot
Produzione: Filmmaster
Agenzia: B Cube
Committente: Campari
Durata: 15"

Lo spot Campari è basato su un'esplicita constatazione: il piacere non è altro che l'attesa stessa del piacere.

Il piacere cui fa riferimento la campagna pubblicitaria è limitato e degradato a soli ammiccamenti di carattere sessuale.

Il protagonista entra in un salone nel quale si sta allestendo un ballo in maschera in costumi settecenteschi. Fervono i preparativi tra acconciature e ricercati costumi femminili.

La connotazione sessuale dello spot, tra sorrisi compiaciuti e ammiccamenti inequivocabili, sguardi languidi e una gestualità fin troppo esplicita, è evidente fin dalle prime immagini.

Rapidi flash si alternano con accenni a passi di danza in un turbinio di abiti svolazzanti. L'attraente protagonista dello spot procede con sussiego e a passi felpati verso l'angolo del bar dove il barman sta preparando un cocktail a una figurante vestita di rosso, colore che richiama la passione ma anche il colore dell'aperitivo da promuovere.

Il protagonista si accinge a chiudere con i lacci, il corsetto slacciato della dama: ulteriore messaggio fin troppo esplicito della disponibilità alle attenzioni del cavaliere. Il piacere, ancora una volta, si identifica con il corpo femminile. Si torna al vecchio, stantio e irritante stereotipo dell'uomo cacciatore e della donna disponibile. In queste atmosfere così ambigue, passa quasi in secondo piano l'obiettivo di reclamizzare il rosso aperitivo della Campari.

Carrefour

Sottocosto ti adoro



Genere: Spot
Produzione: The Producers
Agenzia: Essense
Committente: Carrefour
Durata: 15"

Pochi fotogrammi, ma uno spot ricco di citazioni e ironia. Carrefour pubblica la propria catena di negozi con un promo semplice e allo stesso tempo efficace.

Il protagonista è un ragazzo che, anziché sfoggiare un fisico scultoreo, si mostra in tutta la sua normalità, persino con qualche chilo di troppo.

Siamo dinanzi alla parodia della celebre scena del film American Beauty, di cui viene ripresa la colonna sonora. Ma il tappeto di rose rosse, su cui è distesa la giovane donna, viene sostituito da un'infinità di prodotti sui quali è adagiato il ragazzo con espressione compiaciuta e soddisfatta.

Dallo stracchino alla passata di pomodoro, dallo shampoo al latte, il protagonista accarezza in maniera voluttuosa le confezioni, socchiudendo gli occhi come in estasi. E la voce narrante esalta la varietà dei prodotti, soprattutto il sotto-costò. In tempi di crisi la convenienza è ancor più ambita dai consumatori. Nello spot diventa un vero amore che sfocia nella passione, tanto da caricarsi di sensualità. Si passa così dal primo piano a un'inquadratura a figura intera, scoprendo sempre più il corpo del protagonista, senza mai cadere nella volgarità.

Lo spot cattura l'attenzione dello spettatore comunicandogli in maniera indiretta che i prodotti che cerca sono da Carrefour. Non a caso, il claim finale è "Sottocosto, ti adoro". Divertente ma senza nessun altro messaggio interessante.

Chanel N°5

The One That I Want



Genere: Spot
Produzione: Baz Luhrmann
Agenzia: n.p.
Committente: Chanel
Durata: 3' 16"

Un cortometraggio dall'immagine accattivante, la cui regia è stata affidata a Baz Luhrmann, che al cinema ha firmato pellicole come Romeo e Giulietta, Moulin Rouge e Il grande Gatsby, offrendo sempre agli occhi del pubblico una fotografia sontuosa. Protagonista è la modella brasiliana Gisele Bundchen. Lo spot si intitola The One That I Want, e racconta una storia d'amore fatta di abbandono e ricerca dell'amato. Una casa sulla spiaggia, un bellissima donna che fa surf, un biglietto di addio, le note di un cantante che si esibisce a teatro: così si apre lo spot. Il protagonista maschile è Michiel Huisman, attore di Game of Thrones, che lascia la sua donna; lei lo osserva da lontano mentre se ne va, ma solo in un secondo momento capirà davvero quanto è accaduto. Deciderà allora di andarlo a cercare, sfrecciando con la sua decappottabile nell'intreccio delle luci notturne di New York; ritroverà il suo amato in un teatro, per non lasciarlo più. Lo spot si conclude con un bacio appassionato che ristabilisce l'ordine iniziale nella storia. Tra set fotografici, paesaggi magnetici, acque cristalline che sembrano avere vita propria, il regista confeziona un prodotto dal sapore cinematografico, concentrando sui due personaggi l'allure dei vecchi divi del cinema anni '50. Ma con colori prorompenti, come è nello stile di Luhrmann. Non si riscontra nello spot nessun tipo di messaggio, tutto è cinematograficamente perfetto ma in atmosfere del tutto neutrali.

Coca Cola

Ritorno a casa



Genere: Spot
Produzione: Loudia
Agenzia: McCann World Group
Committente: Coca Cola
Durata: 1'

Realizzata in occasione dell'Expo 2015, la campagna promozionale tocca le corde emotive dello spettatore, a cui propone una situazione di confortante familiarità. I figli diventano adulti, ma torneranno sempre a casa con piacere, soprattutto se la mamma continuerà a preparare per loro invitanti pietanze: questo è il messaggio lanciato dalla nota multinazionale. Assistiamo dunque alla crescita di alcuni ragazzi: dalla nascita ai primi passi, dal primo giorno di scuola alle partite di calcio da bambini, dall'adolescenza ai primi teneri amori, fino all'età adulta quando si allontanano da casa. In ogni fase, i genitori li seguono ma non rinunciano all'idea di poterli riavere di nuovo in famiglia. Ed ecco il segreto per convincerli a tornare: la buona cucina della mamma che, maliziosamente invia, tramite cellulare, le foto dei loro piatti preferiti. Il richiamo è allettante: tutti, giovani e meno giovani, ovunque si trovino tornano a casa. Il buon cibo italiano diventa protagonista e elemento unificante per tutta la famiglia. Ma non certo accompagnato dalla Coca Cola. Lo spot celebra la tradizione culinaria italiana, di cui, però, non fa parte la bevanda reclamizzata che, essendo tra l'altro gasata e zuccherata, non è adatta ad accompagnare il pasto quotidiano.

Enel Energia

Una vita efficiente



Genere: Spot
Produzione: Think Cattleya
Agenzia: Saatchi & Saatchi
Committente: Enel Energia
Durata: 31"

La campagna è stata lanciata il 12 ottobre 2014. Una vita efficiente. Il testimonial è Alessandro Cattelan, conosciuto al pubblico come il conduttore di X Factor. Nello spot Cattelan è impegnato prima nel ruolo del nipote efficiente che aiuta la nonna, poi in quello del marito che aiuta la moglie. Infine i telespettatori lo vedono trasformarsi in un amorevole padre che accudisce la figlia. Ma subito dopo ecco il protagonista che impara a gestire la sua abitazione in maniera altrettanto efficiente, ad esempio installando una caldaia. I vari ruoli interpretati da Cattelan rappresentano il fulcro del messaggio pubblicitario: come nipote, la nonna può contare su di lui per avvolgere il gomitolino di lana, come marito aiuta la moglie a tenerle i vestiti mentre si trova nel camerino di un negozio, come padre diventa il compagno di giochi della figlia soprattutto quando arriva l'ora dei pasti. La notevole valenza dello spot è la figura maschile, rappresentata, nei vari ruoli, come esempio positivo in un'accezione valida e accettabile che raramente si riscontra nella pubblicità. Le immagini ritraggono un ambiente familiare sereno, nel quale manca soltanto l'arrivo del tecnico per completare l'atmosfera di efficienza che regna nell'abitazione. La campagna è rivolta alle famiglie anche grazie al coinvolgimento di varie generazioni.

Fiat 500X

Pillola blu



La Fiat sceglie il doppio senso: l'auto da reclamizzare è la 500X, una Cinquecento "più grande, più potente e pronta all'azione". Nello spot ciò diventa possibile grazie ad una pasticca di Viagra che finisce per caso nel suo serbatoio. E' mattino e un uomo anziano si alza dal letto indossando la sua vestaglia leopardata. Mentre gira per casa strofinandosi ancora gli occhi per il sonno, si accorge che la moglie lo sta richiamando. Deciso a non lasciarsi sfuggire l'occasione, chiede un attimo di tempo. Si reca in bagno dove, nell'armadietto, trova la "pillola blu" che dà il nome allo spot. Malauguratamente la preziosa pasticca gli sfugge di mano e, rimbalzando progressivamente dalla finestra, attraversa le strade del centro abitato, finisce proprio nel serbatoio di una Cinquecento mentre il suo proprietario la sta rifornendo di carburante. La macchina si gonfia all'istante. Ad esplicitare ulteriormente la metafora, concorrono gli sguardi maliziosi e le esclamazioni di piacere rivolte da alcune signore di passaggio al proprietario dell'auto: un attraente giovanotto. Uno spot apparentemente ironico che non rinuncia al consueto stereotipo mettendo in rapporto per l'ennesima volta, la potenza di un motore ad una prestazione sessuale maschile. L'auto diventa un simbolo per incitare, abbastanza esplicitamente, i più giovani ad utilizzarla come mezzo per affermare le proprie capacità. Un messaggio decisamente discutibile.

Genere: Spot
Produzione: Filmmaster
Agenzia: The Richards group
Committente: Fiat
Durata: 1' 19"

Fiat 500X

Lancio produzione a Melfi



Genere: Spot
Produzione: Akita
Agenzia: Armando Testa
Committente: Fiat
Durata: 55"

Sulle note di "L'anno che verrà" di Dalla, la Fiat confeziona uno spot che vuole essere un messaggio di speranza. Lanciato il 31 dicembre 2014, il testo della canzone appare come un semplice augurio per il 2015. In realtà lo spot ha un significato più profondo. Nei primi giorni del 2015, infatti, la casa automobilistica annuncia che nello stabilimento di Melfi (provincia di Potenza) verrà prodotta la Fiat 500X con l'assunzione di 1500 operai. In un periodo di crisi, lo spot diventa il simbolo di un Paese che riparte dall'industria e, particolare non trascurabile, proprio da un'industria del Sud Italia. Un segnale di rinascita, foriero di nuove e ottimistiche prospettive. Nello spot, all'inizio ci si chiede: il carovita sta allentando la sua presa? Come in un servizio giornalistico, si ascoltano, in proposito, vari pareri. Le dichiarazioni delle persone intervistate si trasformano, lentamente, nel testo di "L'anno che verrà", lasciando intuire che sta per iniziare un nuovo corso. Poco dopo, mentre viene inquadrata la fabbrica di Melfi, illuminata dalle luci dell'alba, ritorna la voce di Lucio Dalla nel brano iniziale che fa da sottofondo a scene di vita familiare con protagonisti anche i bambini.

Il messaggio si carica di una valenza patriottica quando un bimbo, che simboleggia il futuro del Paese, corre con la bandiera italiana sulle spalle. Solo a questo punto arriva la promozione dell'auto. C'è crisi, ma possiamo guardare al futuro con ottimismo.

Giovanni Rana

Sfogliavelo



Genere: Spot
Produzione: Bedeschi
Film
Agenzia: Leo Burnett
Committente: Giovanni Rana
Durata: 30"

Una famiglia allargata a dipendenti e consumatori. L'azienda di Giovanni Rana identifica il nome del fondatore con i propri prodotti, come sinonimo di garanzia e qualità.

Nello spot dei tortelli sfogliavelo infatti, tutti si sentono Giovanni Rana, sia gli ospiti seduti a tavola che i dipendenti del pastificio: chi lavora per "il signor Giovanni" ha la sua stessa passione.

Lo spot trasmette un'atmosfera conviviale di grande serenità.

Con espressione bonaria Giovanni Rana trasmette un messaggio rassicurante soprattutto per l'accurata selezione delle materie prime, rigorosamente genuine. Per questo obiettivo si affida a persone di sua fiducia che lo chiamano confidenzialmente "Signor Giovanni". Un'ulteriore testimonianza della gestione familiare dell'azienda.

Lo spot insiste sull'accurata scelta degli ingredienti per il ripieno, sul perfetto dosaggio di uova e farina nell'impasto: tutti concorrono con entusiasmo alla riuscita del prodotto finale. Per questo i clienti si fidano e acquistano con fiducia sulla base di un tacito patto di collaborazione.

Al di là della promozione del prodotto, viene trasmesso un messaggio nel quale la famiglia e, in senso più esteso, l'intera comunità dei consumatori, hanno un ruolo determinante.

Girella



Genere: Spot
Produzione: Mercurio Cinematografica
Agenzia: McCann World Group
Committente: Motta
Durata: 16"

La pubblicità della Girella opta per un "effetto magico" come soluzione narrativa. Al protagonista dello spot spuntano due braccia in più per consentirgli di mangiare la Girella e "mettere in pausa la serietà". Il prodotto reclamizzato diventa così il pretesto per ritagliarsi un momento di relax e anche una veloce regressione al periodo dell'infanzia. L'obiettivo è dunque duplice: da una parte si sponsorizza il prodotto per renderlo appetibile ai più piccoli, dall'altra si fa leva anche sui genitori con un messaggio amarcord che evoca i tempi in cui anche loro gustavano la merendina. Sono quattro gli spot distribuiti, e tutti presentano la stessa struttura: in una situazione di estrema serietà, il protagonista spezza la tensione mangiando la Girella e offrendone una al suo superiore. In ogni caso, al personaggio spuntano sempre due braccia in più che gli consentono di continuare a svolgere il proprio lavoro e, contemporaneamente, gustare la merendina. Lo spot invita a sdrammatizzare anche i momenti più difficili, ricordando, come suggerisce il claim che "la vita va presa in giro". Basta un gesto di dolcezza, accompagnato da un sorriso, per ammorbidire la severità dei superiori: proprio come evidenziano le immagini proposte.

Goccioline Pavesi Incubo



Genere: Spot
Produzione: PostOffice
Agenzia: Nadler Larimer & Martinelli
Committente: Pavesi
Durata: 30"

Il protagonista deve affrontare il faticoso risveglio mattutino. Lo spot delle Goccioline, i famosi biscotti con gocce di cioccolato prodotti dalla Pavesi, prosegue nel trend inaugurato alcuni anni fa. Le immagini mostrano, ancora una volta, la coppia che vive nella giungla in una casa sull'albero insieme alla tigre, il loro animale domestico. Richiamando uno stereotipo comune, il marito sogna di essere nel market della giungla, dove la suocera, invadente e poco gradita, sta acquistando dei biscotti zebrati sotto i suoi occhi. L'uomo si sveglia dall'incubo e trova la compagna che gli porge amorevolmente il vassoio già pronto per la colazione con i biscotti da reclamizzare. Nel finale, con l'obiettivo di strappare un sorriso al telespettatore, la suocera viene spinta e allontanata dal genero nel carrello. Lo spot propone, ancora una volta, i classici e obsoleti modelli di comportamento di una famiglia ritenuta tradizionale. Anche nella singolare ambientazione della giungla, i ruoli femminili obbediscono a canoni predefiniti: la suocera, presenza ingombrante da allontanare e la moglie devota che serve il suo uomo. Dopo anni, lo spot delle Goccioline continua a riproporre i medesimi personaggi appiattiti su convenzioni comuni.

Grana Padano

Il buono che c'è in noi



Genere: Spot
Produzione: Movie Magic
Agenzia: McCann World Group
Committente: Grana Padano
Durata: 30"

L'inquadratura iniziale è su un campo all'alba; un uomo si ferma a guardare le prime luci del mattino mentre la voce fuori campo recita "adesso, parliamo di cose buone".

L'incipit preannuncia al telespettatore che gli verrà raccontata una storia; una sorta di "C'era una volta" che anticipa quanto sta per accadere. Dalla terra, calpestata dall'uomo, si prosegue quindi con l'immagine di una bambina che corre sullo stesso campo sul quale, intanto, è cresciuta l'erba. Nell'inquadratura successiva si vede una mucca che pascola e mangia l'erba del campo. La catena alimentare continua con l'uomo, un anziano, che ha scelto il latte più buono per arrivare, poi, allo chef che prepara un piatto con il pregiato formaggio dop.

Il claim finale, "il buono che c'è in noi", identifica il Grana Padano e la sua tipicità come una componente positiva presente già nei suoi stessi consumatori. L'anziano in particolare, diviene la personificazione del prodotto tradizionale. Nello stesso tempo, grazie all'immagine della bambina, lo spot coinvolge tutte le generazioni divenendo così un patrimonio alimentare condiviso: dal contadino che si alza all'alba, ai clienti del ristorante seduti al tavolo in una delle ultime inquadrature. L'attenzione è sul ciclo produttivo del Grana Padano, ma declinato da un punto di vista emotivo, grazie alle immagini evocative.

Gucci

Guilty



Uno spot in cui si avvertono le suggestioni dei comics americani.

Sembrano infatti prendere vita dalla città del peccato di Frank Miller, i protagonisti dello spot Gucci: bellissimi e dannati, i due interpreti hanno i volti di Evan Rachel Wood e Chris Evans. Ispirato alle atmosfere di Sin City, il nome della fragranza da reclamizzare è Guilty, termine che significa appunto "colpevole". Sulle strade di una metropoli tanto futuristica quanto oscura, che ricorda la Gotham City di Batman, lei sfreccia su una decappottabile, mentre lui è alla guida di una moto. Entrambi si lasciano dietro una scia di fiamme: insieme alle labbra rosso fuoco della Wood, questa è l'unica nota di colore prevista nella sequenza visiva dello spot. I due protagonisti hanno un appuntamento. Arrivati sul posto, scendono dai loro veicoli ad alta velocità, incrociando gli sguardi per un attimo. Ma il ricordo improvviso di un intenso momento di passione, evidenziato da una luce rossa che penetra dalle tapparelle, li porta a cambiare decisione. L'uomo e la donna stringono rispettivamente in mano un oggetto appartenente all'altro partner: il bracciale e la catenina. Ad un certo punto si voltano e vanno via senza dirsi niente. Anziché restituire l'oggetto al legittimo proprietario, scelgono di trattenerlo in ricordo della passione che li ha coinvolti. Il messaggio, di carattere esclusivamente sensuale, è privo di ogni implicazione sentimentale e affettiva. Diventa unica esaltazione del piacere fisico.

Genere: Spot
Produzione: Think Cattleya e RSA Films
Agenzia: REM
Committente: Gucci
Durata: 32"

Ikea

Spazio alle tue passioni



Genere: Spot
Produzione: Mercurio
Agenzia: Auge
Committente: Ikea
Durata: 30"

I bambini dello spot Ikea sembrano imitare le relazioni degli adulti, ma la loro innata ingenuità li aiuta a integrarsi in maniera più efficace.

Lei, una biondina tutto pepe, impegnata a smontare una bici nella sua stanza e lui, un romantico galantuomo in miniatura, va a trovarla per offrirle un dono.

La cameretta è allestita come una piccola officina: la bimba con guanti alle mani è impegnata con la bici che, al momento, è senza manubrio.

Al suono del campanello, la piccola protagonista si accorge dell'amico per il quale ha una simpatia. Preoccupata che la possa scorgere in un'attività comunemente poco femminile, nasconde tutti gli oggetti che renderebbero chiaro il suo hobby.

Mentre il bimbo sale le scale, la piccola, chiaramente agitata, si prepara a ricevere l'amico indossando gli abiti per l'occasione. Quando apre la porta si trova davanti il piccolo amico che, ugualmente emozionato, senza parlare, le porge il suo regalo: un campanellino per bicicletta.

Lo spot si conclude con i due bambini che, insieme, aggiustano la bici.

Il bimbo non solo accetta l'hobby dell'amica, ma collabora con lei, la sostiene e l'incoraggia. Un invito a non soffocare le proprie inclinazioni, a non lasciarsi condizionare per omologarsi alle solite convenzioni, ma continuare a coltivare i propri interessi.

Immobiliare.it

Una camera tutta per me



Immobiliare.it sito per trovare "l'immobile dei propri sogni", sceglie come protagonista un bambino, Luigi. Il piccolo, seduto davanti al computer, è impegnato a cercare la casa dei suoi sogni: pensa ad una cameretta tutta per sé. Quando la mamma gli fa notare il troppo tempo trascorso davanti allo schermo, spegne il PC. Non smette però di sognare la sua cameretta ideale: prende il tablet del papà e seleziona la zona vicina a Leo, il suo migliore amico. Poco dopo il padre si riprende il tablet e, a Luigi, non rimane che continuare la ricerca sullo smartphone. A quel punto il logo del sito, a forma di casa, si trasforma in un tappeto magico grazie al quale Luigi può volare inseguendo la propria fantasia.

Cambiando continuamente supporto, il bambino dimostra che il sito Immobiliare.it è fruibile da qualsiasi dispositivo, fisso e mobile.

L'abitazione giusta è davvero un sogno, specie alla luce della crisi attuale; immobiliare.it però, opta per lo sguardo incantato di un bambino, trasformando il suo spot in una sorta di piccola fiaba. Da notare il ruolo educativamente corretto dei genitori: la mamma non lascia il bimbo troppo tempo davanti al pc, il padre, a sua volta si riprende il tablet. Luigi, più volte, è costretto a utilizzare un differente dispositivo ma, alla fine, nonostante la disponibilità dei vari devices, è la fantasia a consentirgli di realizzare il suo sogno.

Genere: Spot
Produzione: BigMama
Agenzia: PicNic
Committente: immobiliare.it
Durata: 45"



Genere: Spot
Produzione: Moviefarm
Agenzia: Aldo Biasi Comunicazione
Committente: Euritalia Pharma - Coswell
Durata: 31"

Isomar è uno spray decongestionante per le mucose nasali. Per promuovere il prodotto l'azienda punta sull'aspetto emotivo.

Lo spot si apre con una scena particolarmente rassicurante: una giovane mamma cerca di insegnare al proprio bimbo a sillabare le prime semplici parole. L'ambiente è accogliente, l'atmosfera molto intima e serena con i giocattoli sparsi sul pavimento. Viene sottolineato un momento particolarmente significativo per la vita affettiva delle madri. Si verifica però un inconveniente: la mamma è raffreddata, e il bambino ripete parole senza significato perché alterate dalla pronuncia nasale della donna.

Per evitare che il raffreddore rovini i momenti migliori è necessario utilizzare come soluzione lo spray reclamizzato. Libera dalla costipazione, adesso la mamma può dare la buonanotte al bambino nella culla. E questa volta, il piccolo comprende e ripete le parole giuste.

All'azienda va riconosciuto il merito di essere riuscita a veicolare un messaggio rassereneante e gioioso tra madre e figlio seppure nell'ottica di una promozione pubblicitaria. L'immagine della mamma affettuosa infatti, è un invito a trasformare il tempo trascorso con i propri figli in momenti educativi e qualitativamente validi.



Francesco Pannofino è il volto della campagna pubblicitaria del treno ad alta velocità Italo. In particolare l'attore promuove un'offerta che prevede titoli di viaggio a partire da 19 euro. A creare l'effetto umoristico è il contrasto tra le due situazioni che si verificano: in un primo momento il protagonista tesse le lodi dell'"accogliente", "spazioso" e "luminoso" treno e addirittura sottolinea "l'ho inventato io" con chiaro riferimento ad una tipica espressione baudiana.

Subito dopo, addirittura, afferma che ulteriore pregio del treno è la gratuità del viaggio e a questo punto gli viene impedito di salire.

Doppiatore e interprete di diverse fiction, Pannofino ricorda qui il suo personaggio più famoso, il regista René Ferretti della serie Sky Boris.

Lo spot non presenta particolari sottotesti né messaggi rivolti al pubblico, si limita semplicemente a celebrare i pregi del modernissimo treno della Ntv. Tutta la promozione è affidata al volto familiare di Pannofino di cui il pubblico riconosce la voce e la divertente mimica facciale.

L'effetto comico è amplificato dalla dissolvenza finale, in cui si vede Pannofino trascinato via dai due controllori che lo sollevano di peso, mentre lui cerca di svincolarsi dimenando le gambe come una marionetta.

Genere: Spot
Produzione: EatMovie
Agenzia: TBWA / Italia
Committente: NTV
Durata: 16"

Kellogg's Extra Pink painties



Genere: Spot
Produzione: ChezEddy
Agenzia: Leo Burnett
Committente: Kellogg's
Durata: 31"

Cerca di giocare sulla sessualità lo spot di Kellogg's Extra, una marca di cereali per la colazione. Con la pretesa di apparire divertente, la pubblicità punta su un'ambiguità fine a se stessa, con un claim altrettanto ambiguo.

Il giovane protagonista che di mattina appena uscito dalla doccia sta preparandosi ad uscire, si accorge improvvisamente di essere in grave ritardo.

Corre, allora, ad aprire i cassetti nell'inutile ricerca degli indumenti intimi che, invece, sono tutti nella lavatrice ancora in funzione.

Alzando lo sguardo, nota sullo stendino, un paio di slip rosa femminili che, in mancanza di alternative, è costretto ad indossare.

Intanto gusta con evidente compiacimento la colazione a base del prodotto reclamizzato la cui bontà gli ha fatto improvvisamente sparire la fretta. A questo punto rientra la sua partner accompagnata da un'amica.

Davanti all'espressione stupita delle due giovani donne, il protagonista, imbarazzato, si rende conto dell'assurdità della situazione e cerca, timidamente, di coprire gli slip incrociando le gambe. È a questo punto che parte il claim pubblicitario: "Se lo provi, ci prendi gusto": il riferimento è ai Kellogg's Extra, però non è subito comprensibile. Il sottile gioco finisce per trasmettere un messaggio ambiguo alludendo con malizia a particolari inclinazioni sessuali.

KH-7 Cucina



Uno spot di pessimo gusto. Per reclamizzare uno sgrassatore, l'azienda ha scelto un'atmosfera al limite della pornografia. Le prime immagini mostrano un uomo e una donna intenti a scambiarsi un focoso bacio: lei seduta vicino al lavello della cucina, in abito nero con uno spacco vertiginoso, lui a torso nudo, con i muscoli in piena evidenza. L'atteggiamento dei due protagonisti deve trasmettere una forte carica sensuale.

Ad un certo punto la donna, poggiando una mano sul piano della cucina, si accorge che è sporca. Allontana il partner, tira fuori uno spruzzatore con il detergente e glielo consegna. Una volta avuta la bomboletta spray, l'uomo inizia a pulire energicamente i mobili della cucina, accompagnato dal sorriso compiaciuto della donna che lo osserva attentamente.

Terminata l'operazione i due riprendono le effusioni che avevano interrotto. Intanto, sullo schermo, compare l'intera gamma dei prodotti da reclamizzare. La pubblicità utilizza, ancora una volta, chiari riferimenti alla sfera sessuale in maniera fin troppo esplicita. È la dimostrazione della carenza di idee dei creativi del marketing che fanno appello al pruriginoso voyeurismo sessuale: sicuramente per loro la scelta più semplice. Tra l'altro, nel caso specifico, non ci si è sforzati nemmeno di dare un tono ironico alla scena. Per ottenere ciò che vuole, il partner maschile subisce una sorta di ricatto: è costretto a pulire in vista della "ricompensa".

Genere: Spot
Produzione: Monkey Films
Agenzia: Paradigma FCM
Committente: KH-7
Durata: 20"

Kijiji.it

Chi compra, chi vende



Genere: Spot
Produzione: Movie Magic International
Agenzia: Van Gogh
Committente: Kijiji.it
Durata: 31"

Il noto sito di annunci viene pubblicizzato con uno spot realizzato come un mini musical. Sulle note di "Sarà perché ti amo" dei Ricchi e Poveri, i protagonisti cantano un testo modificato ad hoc per adeguarlo al messaggio promozionale.

Si parte con una coppia matura in possesso di un televisore in più, si prosegue con una giovane mamma in attesa che non può più salire sulla moto del compagno e, ancora, con un'altra coppia che ha bisogno di un frigorifero più grande. Mano a mano subentrano in scena nuovi personaggi, compreso un trio di "coriste" che hanno in testa una asciugamano a mo' di turbante. Scopo ultimo della pubblicità, è mostrare come ogni operazione commerciale, vendita o acquisto, abbia sempre un risultato positivo.

Il sito del gruppo eBay, in cui si incontrano venditori e acquirenti, sceglie una soluzione già adottata da molte altre aziende: la canzone famosa riadattata. Nessuna trovata originale, ma un espediente che consente al pubblico di memorizzare il sito grazie all'abbinamento con il motivo di successo.

Nel complesso, lo spot può risultare anche divertente alla prima visione, ma rischia di diventare noioso, nonostante colori vivaci e la musica orecchiabile.

Tale pubblicità viene recepita maggiormente da un pubblico giovane abituato al web, mentre dovrebbe essere estesa ad un target universale.

Kinder Sorpresa

Sorprese storiche



Genere: Spot
Produzione: Providence Italia
Agenzia: Providence Italia
Committente: Kinder Italia
Durata: 31"

Il celebre ovetto di cioccolato compie 40 anni e festeggia il compleanno con una sorta di operazione revival. Si tratta di un ritorno delle vecchie sorprese: i personaggi che un po' tutti abbiamo collezionato a partire dagli anni '90.

La pubblicità, proposta dalla Kinder, mostra una mamma e la sua bambina che giocano insieme; intanto, in basso a sinistra, un ovetto animato spiega ai telespettatori perché le due protagoniste si stiano divertendo. Riavvolgendo il nastro, si scopre che tutto è iniziato proprio dopo aver scartato un ovetto Kinder Sorpresa.

Viene messo in relazione un oggetto (il prodotto da pubblicizzare) alla gioia che procura; si passa, quindi, all'annuncio vero e proprio. L'ovetto-personaggio animato è circondato dai pupazzetti "storici" che festeggiano in coro.

"Ve li ricordate?" chiede intanto al pubblico e, subito dopo, presenta la nuova collezione. Il claim finale recita "Giochiamo insieme?" con l'intenzione di voler superare il semplice intento promozionale. In effetti le sorprese hanno la funzione di attivare una bella e serena complicità relazionale tra madre e figlia.

Lo spot è rivolto ai bambini, ma anche ai genitori che, con quei pupazzetti storici sono cresciuti. Una strategia commerciale efficace che unisce le generazioni: attrae i più piccoli e coinvolge gli adulti con un emozionante "amarcord".

Lancia Y

Stile unico



Genere: Spot
Produzione: Movie Magic International
Agenzia: Armando Testa
Committente: Lancia
Durata: 31"

Donne e motori costituiscono un connubio utilizzato da sempre per reclamizzare un'auto. Basti pensare alle seducenti presenze femminili, inevitabili nelle esposizioni automobilistiche.

Sul cornicione di un palazzo o in attesa dalla propria finestra, le statuarie donne dello spot attendono di vedere l'auto al suo passaggio per poterla inseguire. Quasi fossero delle super eroine, si preparano prima dell'ultima, epica, battaglia: davanti allo specchio, l'immagine è quella di un viso truccato con dei segni da guerriere. L'abbigliamento è succinto, ma elegante, senza essere volgare.

E, proprio come delle super eroine, le quattro protagoniste spuntano dai tombini della città di Los Angeles, si lanciano scalze dietro al veicolo mentre in sottofondo scorrono le note di un intenso brano: My Love.

Per esaltare lo "stile unico" del prodotto la strategia adottata è stata la personificazione dell'auto, inseguita alla stregua di un amante perduto, il "mio amore" di cui parla la canzone. Nell'inquadratura finale la Lancia Y è circondata dalle protagoniste che le fanno da cornice.

Nonostante la ricercatezza delle immagini, della fotografia patinata e della coinvolgente colonna sonora, si ripropone il solito cliché: la pubblicità di un'auto è ancora abbinata alla presenza femminile.

Lancia Y

30 anni



Genere: Spot
Produzione: Akita Film
Agenzia: Armando Testa
Committente:
Durata: 32"

Lo spot, nato per celebrare i 30 della Lancia Y, è ambientato a Fasano, piccolo centro pugliese del quale si notano le immagini della Chiesa del Purgatorio e di una vecchia "sala da barba".

Seduto su un muretto, un bambino vede arrivare in lontananza la Lancia Y. Correndo festosamente per le vie del caratteristico borgo, avvisa tutti gli abitanti, in particolare gli sposi in chiesa e gli uomini in fila dal barbiere. L'auto arriva nella piazza centrale guidata da una giovane donna molto avvenente che, appena aperta la portiera, vede accendersi le tipiche luminarie delle feste patronali. Viene così celebrato il compleanno della macchina che "ha fatto innamorare in 30 anni, più di due milioni di italiani".

Nello spot si evidenzia il contrasto tra il passato, rappresentato dal vecchio borgo e dagli abiti del bambino, e lo stile moderno dell'auto da promuovere. Alla suggestione di un'atmosfera sospesa tra epoche distanti, contribuisce la colonna sonora in sottofondo: una versione riadattata della celebre "Piove" di Domenico Modugno.

L'auto diventa, in quest'ottica, il trait d'union che lega trent'anni di storia non solo automobilistica. E' la dimostrazione che un prodotto valido resiste nel tempo. Il messaggio può anche travalicare il semplice ambito della réclame, assumendo un significato più ampio.

Lavazza qualità oro

Pranzo della domenica



Genere: Spot
Produzione: Filmmaster Productions
Agenzia: Armando Testa
Committente: Lavazza
Durata: 31"

Enrico Brignano continua la tradizione inaugurata da Tullio Solenghi negli anni '90: lo spot del caffè Lavazza è ambientato in Paradiso sotto lo sguardo severo di San Pietro. Il protagonista è al centro di varie storie e, in ognuna, scopre le strane abitudini che regolano il regno dei beati. Brignano è testimonial dal 2012. Nello spot analizzato viene a conoscenza della tradizione del pranzo domenicale. Svegliato di soprassalto dalle campane, si ritrova davanti San Pietro che lo invita a partecipare al "pranzetto di famiglia". Come ospite, per ringraziare della garbata accoglienza, porta con sé il caffè Lavazza qualità oro. Però scopre che i commensali sono talmente tanti da non riuscire a definirne il numero. Espresso il gradimento per il Lavazza qualità oro, nominato "caffè ufficiale della domenica", San Pietro chiede a Brignano di assicurarne, settimanalmente, la fornitura. Il comico considera l'impegno troppo gravoso e chiede una possibile alternativa. È a quel punto che Pietro, serafico, guardando le mani senza calli dell'attore, gli propone uno scambio con le sue mansioni. Nell'inquadratura finale, Brignano si ritrova a lavare una enorme pila di piatti. Da qui deriva il messaggio: la punizione per chi, incarnando un certo stereotipo dell'italiano scansafatiche, deve, invece, affrontare il peso di un lavoro impegnativo. Alla fine, insomma, in maniera garbata, la furbizia viene punita.

Mazda

Mazda per la sicurezza sulla strada: non accecare gli altri



Non accecare gli altri: lo spot della Mazda non si limita a reclamizzare le prestazioni di un'auto, ma contiene un messaggio più ampio volto a promuovere anche la sicurezza sulla strada. Per pubblicizzare un particolare sistema di controllo dei fari abbaglianti delle auto, l'azienda confeziona uno spot ironico con una colonna sonora a ritmo di rock. I protagonisti non pronunciano nessuna battuta, ma a comunicare sono le particolari espressioni che assumono. Lo spot si apre con una mano che tira una cordicella, accendendo così una lampadina. Un ragazzo, un vampiro e una ragazza si avvicinano a una finestra. Aprono appena le tapparelle e rimangono quasi folgorati dalla luce che entra. Il vampiro, in particolare, per il quale l'inquadratura si tinge di bianco e nero, abituato alle tenebre, evidenzia il volto più sofferente. L'immagine si sposta su una bambina seduta nel retro di un'auto: la piccola è in ginocchio sul sedile posteriore nel tentativo di guardare le altre macchine che sfrecciano dietro la sua. E' costretta a coprirsi subito gli occhi con le mani perché le luci dei fari sono troppo forti. Le inquadrature successive mostrano i tre personaggi precedenti, fino a quando la mano spegne la lampadina. Lo spot mette in evidenza il senso di responsabilità dei guidatori nei confronti degli altri. Persino regolare l'intensità delle luci della propria auto significa rispettare il prossimo. In particolare viene evidenziata l'attenzione da riservare ai bambini che gli adulti devono proteggere anche quando sono in auto.

Genere: Spot
Produzione: n.p.
Agenzia: Cosmo Europe
Committente: Mazda
Durata: 37"

Mc Cain

Il più gustoso dei social network



Genere: Spot
Produzione: n.p.
Agenzia: Saatchi & Saatchi
Committente: Mc Cain
Durata: 55"

Un invito a vivere il quotidiano senza filtrarlo attraverso i social network. Lo spot della Mc Cain, nota marca di patate precotte dai vari formati, esorta a vivere la dimensione relazionale e l'affettività con entusiasmo, magari gustando uno snack gustoso.

Ecco allora che i "follower" diventano i bambini che, insieme al cagnolino di famiglia, rincorrono la mamma che porta un vassoio pieno di patatine. L'amico da aggiungere è un anziano vicino di roulotte al quale offrire le Mc Cain durante le vacanze estive. I "like" di Facebook diventano gli apprezzamenti di chi gradisce le patate fritte durante una festa in riva alla spiaggia, la condivisione è rappresentata da due innamorati che si dividono la stessa patatina come Lilli e il Vagabondo con gli spaghetti, il commento si trasforma nelle urla di gioia dei bambini e il silenzio è espressione di stupore davanti alla portata servita dalla mamma.

Il claim finale sottolinea che Mc Cain è il migliore dei social network, estendendo il significato dal semplice messaggio promozionale ai momenti di aggregazione che comprendono tutte le generazioni.

La connotazione, dunque, al di là dell'intento di vendita, è più profonda in quanto invita alla socializzazione reale e non virtuale. L'amicizia, insomma, è un valore della vita da valorizzare nelle semplici azioni quotidiane per condividere insieme i momenti più intensi. Niente a che vedere con quella di Facebook.

Mc Donald's

La Sagra



Genere: Spot
Produzione: Filmmaster
Agenzia: TBWA/ Italia
Committente: Mc Donald's Italia
Durata: 30"

Per promuovere due panini con la salamezza e altre "sfiziose specialità", la nota catena americana di fast food allestisce una sagra paesana in cui mangiano allegramente adolescenti e adulti.

Il suono di un organetto in sottofondo, decorazioni con palloncini colorati, un'atmosfera rilassante: una rappresentazione ben diversa dalla realtà frenetica di un'azienda il cui protocollo obbliga teoricamente i dipendenti a servire i clienti in un tempo massimo di tre minuti.

Per adeguarsi al mercato italiano, in cui i consumatori in genere non ritengono i prodotti da fast food di buona qualità, McDonalds si affida alla sagra. Una manifestazione tipicamente italiana che aggrega un pubblico variegato ma attratto dal senso di appartenenza alla comunità. Tutto questo si visualizza nell'inquadratura finale con i partecipanti raccolti sotto il tendone.

Grazie all'accostamento con le tipiche sagre della provincia italiana, il messaggio è rivolto a un target il più esteso possibile: difficilmente infatti, il signore adulto, che viene inquadrato, metterebbe mai piede in un fast food. Allo stesso tempo, però, proprio quel signore rappresenta espressione del tradizionale buon gusto italiano. E' proprio questo il messaggio che vorrebbe comunicare Mc Donald's: i suoi panini dovrebbero richiamare i sapori della cucina italiana.

Melinda Evelina



Genere: Spot
Produzione: Filmmaster
Production
Agenzia: Cernuto
Pizzigoni & Partners
Committente: Melinda
Durata: 32"

Un musical sulle montagne del Trentino: la mela Melinda è protagonista di uno spot allegro sulle note di un celebre brano di Gianni Morandi di cui, per l'occasione, è stato riscritto il testo. La campagna pubblicitaria introduce sul mercato una nuova mela, la Evelina. L'obiettivo è di accreditare il prodotto come uno dei migliori del Consorzio della Val di Non.

Le immagini mostrano l'intero ciclo produttivo: dalla raccolta nel frutteto alla distribuzione, dai negozi di frutta ai ristoranti dove Evelina viene servita su eleganti vassoi.

E' evidente il coinvolgimento e l'apprezzamento della più ampia fascia di consumatori: le signore la acquistano al mercato, lo sportivo la gusta come spuntino durante le pause di una partita di tennis. La mela costituisce anche la merenda di una bambina, che mostra di gradirla particolarmente.

Viene veicolato, inoltre, un messaggio rassicurante per i consumatori nell'evidenziare la cura con cui gli operatori selezionano la qualità durante la filiera produttiva.

Per rafforzare l'effetto promozionale, gli stessi addetti alla raccolta mordono con gusto la mela nel corso della raccolta.

Lo spot, infine, sottolinea il forte legame con il territorio che diventa elemento determinante per la qualità del prodotto e ne caratterizza la tipicità.

Mulino Bianco Focacelle



Genere: Spot
Produzione: BRW
filmland
Agenzia: JWT Milano
Committente: Mulino
Bianco
Durata: 31"

Per sponsorizzare delle focacce salate, Mulino Bianco ha scelto un'ambientazione rurale, rappresentazione di quel "mondo buono" a cui fa riferimento il claim di lancio. Nello spot Antonio Banderas, da diversi anni testimonial dell'azienda, "avvolge" con cura la focaccia in un tovagliolo sul quale è impresso il logo del Mulino Bianco. Morbida e appetitosa è la merenda che consegnerà al piccolo Francesco, un bambino con cui poco dopo andrà a cavallo. Le inquadrature successive mostrano una campagna incontaminata, un mondo quasi bucolico nel quale un gruppo di persone cavalca evocando una dimensione serena, di altri tempi.

Al termine, Banderas offre al bambino il prodotto reclamizzato, avendo cura di complimentarsi con lui per l'abilità dimostrata a cavallo dicendogli: "Te la sei cavata bene".

Il messaggio è decisamente rivolto a grandi e bambini accomunati dal gusto per il medesimo prodotto. Lo spot è finalizzato, non solo a promuovere la genuinità di una merenda classica, ma soprattutto a sottolineare un'efficace e costruttiva collaborazione tra adulti e ragazzi auspicabile sempre nella vita.

Il ruolo dei "grandi", sull'esempio di Banderas con Francesco, è valorizzare le capacità dei piccoli, gratificandone l'autostima e incentivandoli a migliorare la proprie potenzialità.

Nespresso

How Far



Genere: Spot
Produzione: McCann
Agenzia: McCann world Group
Committente: Nestlé
Durata: 1'51"

Per promuovere le sue cialde, l'azienda Nespresso ha scelto due testimonial d'eccezione, George Clooney e Jean Dujardin. La location è il lago di Como, dove i due sfoderano il proprio fascino, disposti a tutto pur di bere un buon caffè.

Clooney infatti, in cambio dell'ultima cialda rimasta, subisce il ricatto di Dujardin che gli chiede le sue elegantissime scarpe cedendogli un paio di rozze infradito di colore arancione. Messaggio già discutibile perché basato sulla sopraffazione.

Alla fine Clooney riesce a bere il suo caffè, mentre Dujardin è costretto a tuffarsi nel lago e raggiungere una lussuosa imbarcazione sulla quale, in bella vista, è posta l'ultima tazza dell'agognato Nespresso.

Lo spot si conclude con i due attori che, uno a fianco all'altro, sorseggiano con gusto il caffè nelle due versioni: ristretto e lungo.

Pubblicità decisamente discutibile che, apparentemente, gioca sull'ironia e sullo scambio di sguardi dei due attori troppo consapevoli del proprio fascino. In effetti contiene un messaggio poco corretto: lo scambio di scarpe con i sandali a cui Dujardin costringe il collega americano è frutto di un ricatto. Un esempio negativo. Atteggiamenti non consoni a due persone adulte che sembrano regredire all'età infantile e farsi dispetti reciproci pur di ottenere quello a cui aspirano. Discussibile anche la domanda finale: How far would you go for a Nespresso?

Nutella

50 anni di storia



La Nutella festeggia 50 anni di storia, ideando uno spot che esalta la sua tradizione. Un prodotto tipicamente italiano che da tempo ha valicato i nostri confini per affermarsi anche all'estero.

Ecco dunque il famoso barattolo di vetro che subisce una serie di singolari trasformazioni: una torta di compleanno, il disegno di un bambino, la firma su un gesso, una composizione di sabbia, una clip da applicare sulle unghie, una stampa su una maglietta, un anello, un costume.

Non a caso, la voce narrante ci ricorda che Nutella "da 50 anni fa parte della storia di tutti noi, 50 anni ricchi di emozioni".

Mentre in passato la Nutella pubblicizzava i suoi vasetti con etichette personalizzate, adattando il prodotto al consumatore che "conosceva da sempre", ora non esiste alcuna differenziazione. Consumatore e Nutella sono tutt'uno, fusi nella medesima storia familiare, ma soprattutto inseriti nella più estesa storia collettiva.

Lo spot parla a una comunità che non è più un nucleo familiare, ma un intero Paese e la famosa crema alle nocciole ne diventa il simbolo.

Infine, nello stesso spot si evidenzia come Nutella abbia coinvolto anche paesi lontani: lo confermano le immagini di ragazze dai tratti orientali fan della nota crema alle nocciole. Un fenomeno, quindi, non solo alimentare ma persino di costume. Un forte messaggio di condivisione cosmopolita.

Genere: Spot
Produzione: Mercurio Cinematografica
Agenzia: McCann World Group
Committente: Ferrero Italia
Durata: 30"

Pan di stelle

E tu ai sogni ci credi?



Genere: Spot
Produzione: BRW
Agenzia: Armando Testa
Committente: Mulino Bianco
Durata: 31"

Lo spot ha le caratteristiche di una favola e regala ai bambini un breve sogno ad occhi aperti.

Le "magiche stelle" di glassa, che ricoprono il biscotto, abitano in un palazzo, ma per accedervi c'è una sola possibilità: sognare intensamente. È così che il bimbo e la bimba scelti per sponsorizzare il prodotto, riescono ad entrare nel magico regno.

Wendy e uno dei suoi fratellini, vestiti in pigiama come se Peter Pan li avesse sorpresi nella notte per portarli nell'Isola che non c'è, volano fino alle porte del castello. Un edificio fatato, con il portone illuminato da una miriade di lucine dorate; chiudendo gli occhi, stringendosi intensamente la mano e sognando, i due entrano.

Percorrono la scalinata di luci incantate guidati, lungo il percorso, da una stella luminosa che, quando afferrata, si trasforma in un biscotto. A questo punto la dimensione fantastica e onirica diviene realtà: i due bambini fanno colazione insieme ai genitori e, stavolta, possono davvero aprire gli occhi per gustare i Pan di Stelle.

Il biscotto si carica di un forte valore emotivo quando il claim lo identifica come quello che "fa sognare chi ami". Si evoca un universo sereno che fa riferimento alla famiglia riunita felicemente a tavola. Ma, in particolare, viene esaltato il rapporto affettivo tra i due fratellini.

Parmareggio

La fabbrica del grattugiato



Genere: Spot
Produzione: Tax Free Film
Agenzia: Saatchi & Saatchi
Committente: Parmareggio
Durata: 30"

Lo spot "La fabbrica del grattugiato" è stato lanciato a novembre 2014: il titolo è ispirato alla pellicola "Willy Wonka e la fabbrica del cioccolato". Come nel film infatti, viene mostrato il meraviglioso mondo che si cela dietro il prodotto da pubblicizzare. In questo caso appaiono forme di parmigiano che rotolano su appositi nastri per poi essere tagliate a spicchi, grattugie sospese in aria e montagne di formaggio grattugiato. Protagonista è la famiglia di topolini composta da papà Emiliano, mamma Ersilia e il figlio Enzino; ad aprire le porte della fabbrica ai suoi congiunti, il papà, grande intenditore di formaggio. Lo spot inizia con i tre topolini in una vallata di parmigiano; passando davanti a una forma di Parmareggio, Emiliano decide di mostrare agli altri quanto si cela dietro "il segreto di ogni intenditore".

Nella scena finale, a processo terminato, la mamma versa il parmigiano sul piatto di pasta del figlio, espletando la sua funzione di accudimento, tipica della figura materna; il padre invece, aprendo le porte della fabbrica, fornisce al figlio l'opportunità di acquisire nuove esperienze che lo affascinano ed esplica così un ruolo positivo, un vero e proprio insegnamento. L'immagine complessiva è quella di una famiglia nella quale i genitori svolgono una concreta funzione educativa nei confronti del loro "bambino". I personaggi, essendo animati, riescono facilmente a catturare l'attenzione dei più piccoli.

Philadelphia



Genere: Spot
Produzione: n.p.
Agenzia: Bartle Bogle Hegarty
Committente: Kraft
Durata: 31''

Il cibo come elemento di aggregazione: la celebre crema spalmabile della Kraft riunisce a tavola, tutti i componenti della famiglia. Spalmata sul pane, ingrediente per finger food o per aperitivo, impiegata nei dolci, la Philadelphia viene utilizzata per la preparazione di differenti ricette stuzzicanti.

Che sia un pranzo in famiglia, uno spuntino sulla spiaggia o una passeggiata romantica su un pontile, il formaggio si rivela la soluzione ideale in ogni occasione. Nel mostrare adulti e bambini accomunati dalla medesima golosità, viene evidenziato il gradimento per il prodotto che i piccoli consumano attingendo direttamente dalla confezione.

Il formaggio reclamizzato diventa una sorta di catalizzatore, in grado di raggruppare in armonia tutta la famiglia.

Al mare o in campagna, a casa o in compagnia degli amici, ogni istante merita di essere apprezzato. Il claim recita infatti "Ama la vita, è così buona".

Pur reclamizzando un prodotto, la pubblicità si configura come portatrice di un messaggio positivo: è un vero e proprio inno alla vita.

Le immagini, infatti, sottolineano gli aspetti di una serena quotidianità con l'armonia che traspare dai volti e dagli atteggiamenti dei vari protagonisti.

Pomodorissimo Santa Rosa



Genere: Spot
Produzione: Filmmaster
Agenzia: n.p.
Committente: Santa Rosa
Durata: 33''

Lo spot Pomodorissimo promuove la bontà del prodotto reclamizzato attraverso atmosfere ricercate: tende alle vetrate e un lampadario di cristallo al soffitto. La scena si svolge intorno a una tavola preparata con cura, tra commensali il cui abbigliamento evoca epoche antiche.

In giacca e cravatta gli uomini, con eleganti camicette di raso le donne; gli ospiti, dopo aver degustato un primo di pasta al pomodoro, attendono le pietanze successive. Al momento di ritirare il piatto vuoto, la padrona di casa ferma con un gesto il cameriere. E, dinanzi allo sguardo stupito dei presenti, raccoglie il sugo rimasto con del pane. Un gesto sicuramente poco raffinato ma che mette in evidenza la bontà del prodotto e convince gli altri commensali a seguirne l'esempio dopo che il cameriere ha portato in tavola una bottiglia di passata di pomodoro.

Lo spot promuove il prodotto ricorrendo a una narrazione per contrasto: al lusso ostentato dei personaggi che lascia intendere la raffinatezza dei loro gusti, si contrappone la genuina bontà del pomodoro crudo reclamizzato, una prelibatezza alla quale è impossibile resistere.

Ancora una volta è la semplicità ad avere la meglio con la riscoperta degli antichi sapori tradizionali.

Postepay Evolution

Mariachi



Genere: Spot
Produzione: Think
Cattleya
Agenzia: Young &
Rubicam group Roma
Committente: Poste
Italiane
Durata: 30"

Una carta che permette di affrontare qualsiasi situazione, "persino la vita di ogni giorno": così si presenta la Postepay Evolution oggetto dell'esperimento di un team di esperti che ne stanno valutando le prestazioni. Una dottoressa, in camice bianco, pone il quesito iniziale: come fanno quattro mariachi (musicisti messicani) a pagare il conto senza mai smettere di suonare? Mentre i suoi colleghi effettuano un monitoraggio su come evolverà la situazione, i quattro suonatori sono all'interno di un supermercato. Le immagini li mostrano, tutti col sombrero, mentre continuano a suonare, davanti alla cassiera annoiata che ostenta un'espressione di sufficienza masticando chewing gum. Uno dei ricercatori, anche lui in camice bianco, mette la Postepay Evolution in bocca al primo dei mariachi che, senza smettere di suonare, infila la carta nell'apposito lettore. La risposta al quesito è fornita, dunque, dalla carta reclamizzata che si dimostra funzionale anche in una situazione assurda come quella illustrata. Lo spot non convince: l'obiettivo di accreditare l'affidabilità della Postepay Evolution implica gesti macchinosi e irreali, assolutamente inverosimili che fanno abdicare al normale buon senso e alle semplici azioni della quotidianità come pagare il conto al supermercato. Un esempio discutibile anche per i minori certamente non in grado di elaborare lo spirito dello spot.

Rai

Canone 2015



Genere: Spot
Produzione: Rai
Agenzia: Rai
Committente: Rai
Durata: 52"

A differenza dello scorso anno, quando il bollettino accartocciato del canone prendeva fuoco, per la campagna del 2015 la Rai ha abbandonato il messaggio di tipo punitivo a favore di uno propositivo.

La tv pubblica ha realizzato una serie di spot per la programmazione sportiva, le serie televisive, la cultura e l'informazione. La struttura è la stessa per tutti: in brevi flash, vengono mostrate le migliori immagini della programmazione Rai, suddivise per generi.

Ad esempio: nello spot che enfatizza l'offerta culturale scorrono, l'una dietro l'altra, immagini dei migliori documentari, del teatro e dei balletti più suggestivi. In sottofondo si odono le note di una versione rivisitata de "Il barbiere di Siviglia". Le più prestigiose imprese sportive, i migliori reportage di cronaca, gli spettacoli più popolari, le fiction più amate compongono il mosaico che chiude lo spot mentre la voce fuori campo recita: il canone più basso per l'offerta in chiaro più ampia d'Europa.

La Rai, dunque, ha puntato sul fascino delle immagini, dal ritmo veloce e incalzante e sul prestigio della propria storia ultra sessantennale, per far presa sul telespettatore e convincerlo di trovarsi nel migliore dei mondi televisivi possibili. Basta solo pagare la tassa annuale.



Genere: Spot
Produzione: n.p.
Agenzia: The Others
Committente: San Crispino
Durata: 41"

Un legame profondo con il territorio che coinvolge più generazioni: lo spot del vino San Crispino pone al centro del messaggio promozionale la famiglia e la terra.

Una lunga tradizione che si tramanda di padre in figlio: questo rappresenta il vigneto per la famiglia protagonista.

Le immagini mostrano la giovane nipote dell'anziano viticoltore che torna a casa dopo aver completato gli studi in agronomia. Viene accolta con entusiasmo prima dal padre, poi dal nonno: la ragazza infatti, in continuità con loro, dirigerà l'azienda agricola con rigore professionale e sistemi moderni. Questo è il principale messaggio dello spot: la giovane agronoma simboleggia il ritorno alle professioni degli avi che, se valorizzate alla luce delle nuove tecnologie, rappresentano il superamento della crisi e della disoccupazione.

I grappoli d'uva, a cui sono dedicati diversi primi piani, rappresentano l'elemento che accumuna tutti e a evidenziare ulteriormente il legame col territorio, la ragazza toglie subito la scarpe per correre a piedi nudi sull'erba e riabbracciare così i suoi cari intenti al lavoro nel vigneto.

Rispetto ai parenti, la ragazza rappresenta il progresso, ma con uno sguardo volto al passato e attento alla tradizione.

Lo spot sembra suggerire che il vino reclamizzato è il frutto di un processo che accomuna la genuinità della materia prima ai più moderni sistemi di produzione.



Genere: Spot
Produzione: RSA Films
Agenzia: Leagas Delaney
Committente: Tim
Durata: 30"

La compagnia telefonica ha scelto come testimonial un personaggio molto amato dal pubblico: Pif ovvero Pierfrancesco Diliberto. Dopo il successo de Il Testimone, in cui si era distinto per il suo sguardo ingenuo sulla realtà e il consenso per il film La mafia uccide solo d'estate, l'ex Iena, telecamera al seguito, ha documentato le nuove passioni degli italiani ripropo-ndendole con lo stile disincantato che gli è consono.

Lo abbiamo visto raccontarci milonghe improvvisate, discoteche silenziose dove la musica si ascolta in cuffia, il bubblefo-otball, il surf invernale e, in ultimo, la be-atbox. In ogni spot, Pif riceve un invito su Facebook e si reca a constatare quanto accade.

Taglio documentaristico, atmosfere cine-matografiche, la campagna pubblicitaria ha certamente dei pregi. Anche se è un po' martellante e ha rischiato di usurare il protagonista apprezzato per quell'aura intellettualeggiante ma gradevole, sim-patica e, per certi aspetti, familiare.

Il messaggio degli spot, infatti, è coinvol-gente e interessante ed è rivolto soprat-tutto alle giovani generazioni: un invito a coltivare passioni, a guardare al futuro con fiducia e ottimismo e, grazie anche alle nuove tecnologie sempre più sofisti-cate, condividere più interessi in maniera positiva.

Twinnings Tealand



Genere: Spot
Produzione: Filmmaster
Agenzia: Saatchi & Saatchi
Committente: Twinnings
Durata: 31"

La celebre marca di tè inglese sponsorizza i suoi infusi ricorrendo alla favola di Alice nel paese delle meraviglie. Ne riprende gli elementi fantastici che la caratterizzano, ma la trasporta in un'ambientazione urbana contemporanea.

In una città, sulla quale è già calata la notte, presumibilmente Londra, la bionda protagonista passeggia per strada, e nota un coniglio bianco. Sorpresa, lo segue; si trova così davanti alla porta verde di un locale, forse un club. Quando la apre, scopre un mondo colorato, nettamente in contrasto con le buie immagini precedenti.

Il paese, in cui si perde l'Alice dello spot per seguire il coniglio bianco, non è quello delle meraviglie, ma la terra dei tè.

Negli anni sono state numerose le rivisitazioni del romanzo di Lewis Carroll: al cinema, nei video musicali, nell'animazione, la storia fantastica della protagonista continua a catturare l'attenzione di grandi e piccoli.

Un'idea poco originale, la cui efficacia è basata solo sulla suggestione di una favola universalmente nota. L'attenzione del telespettatore viene richiamata da immagini esteticamente accattivanti e funzionali alla pubblicità del prodotto da reclamizzare.

Lo spot si ferma soltanto a una comunicazione visiva del tutto superficiale.

Uliveto e Rocchetta Acque della salute



Genere: Spot
Produzione: Indiana Production
Agenzia: The Beef
Committente: Uliveto e Rocchetta
Durata: 31"

La campagna pubblicitaria delle acque Uliveto e Rocchetta punta su due volti noti: Alessandro Del Piero, campione simbolo della Juventus e l'attrice Laura Chiatti che ha sostituito Cristina Chiabotto.

Le prime immagini mostrano una bottiglia d'acqua, poggiata su un tavolino e colpita, all'improvviso, da una pallonata. A tirarla è Del Piero che sta giocando in terrazza con un gruppo di bambini.

La terrazza confina col balcone di Laura Chiatti, che è in casa con la nipotina. Seguono esclamazioni di meraviglia da parte dei piccoli calciatori nello scoprire che la Chiatti è la loro vicina di casa. Allo stesso modo la nipotina dell'attrice resta stupita nel constatare la presenza di Del Piero.

Caratteristica dello spot è il ruolo di primo piano svolto dai bambini: non sono semplici comparse a supporto dei famosi testimonial ma protagonisti essi stessi assieme ai due adulti in una rappresentazione corale che li trasforma a loro volta in testimonial.

Infatti, nel momento in cui la nipote della Chiatti restituisce il pallone a uno dei suoi coetanei, il bambino, con aria incantata le dice "quanto sei bella". E lo slogan della campagna pubblicitaria viene pronunciato proprio da lei.

Da sottolineare, infine, che il messaggio promozionale coglie i piccoli protagonisti nella dimensione ludica propria della loro età e non in atteggiamenti da adulti.

Unipol Sai Assicurazioni

Mucca



Genere: Spot
Produzione: Filmmaster
Agenzia: Leo Burnett
Committente: Unipol Sai Assicurazioni
Durata: 33"

Il fascino e lo stupore di scorgere una piccola mucca parlante di peluche, poggiata sul cruscotto della propria auto, è alla base dello spot che reclamizza la polizza assicurativa.

Un giovane, al volante della sua automobile, attende la fidanzata che, uscita da un negozio dove ha acquistato un foulard, sale in macchina. Evidentemente compiaciuta, chiede il parere del compagno la cui attenzione, però, è concentrata sulla piccola mucca di peluche. Incredibile ma vero, con meraviglia dei due, il pupazzo inizia a parlare e decanta le eccezionali caratteristiche della polizza assicurativa. In particolare, sottolinea la convenienza dell'offerta e il risparmio economico che ne deriva soprattutto se si sceglie di inserire anche la scatola nera.

La simpatica mucca entra nello specifico relazionale della coppia: fa intravedere al giovane la possibilità di offrire alla compagna un regalo di maggior consistenza con la somma risparmiata scegliendo la polizza reclamizzata.

La mucca parlante conclude la sua promozione con la frase "Incredibile ma vero!" strizzando l'occhio ai telespettatori.

Giocato sull'eccezionalità dell'evento, lo spot richiama il mondo fantastico delle fiabe infantili in cui "normalmente" gli animali parlano. Per reclamizzare, dunque, le qualità della polizza, si cerca persino di risvegliare il fanciullino di pascoliana memoria che è in tutti noi.

Vodafone

Una storia d'amore



Genere: Spot
Produzione: Mercurio Cinematografica
Agenzia: Gray United
Committente: Vodafone
Durata: 31"

Il testimonial della nota compagnia telefonica per la campagna promozionale è il conduttore e scrittore Fabio Volo. Come voce narrante, accompagna uno sportivo nel compito difficile di accudire la nipotina di otto mesi.

Infatti, nel primo spot del 2015, lanciato l'11 gennaio, la protagonista è una tenera e piccolissima bambina. Lo zio Paolo, mentre segue gli atleti di una squadra di pallavolo in allenamento, cerca con ogni espediente, di frenarne il pianto e farla addormentare.

In piedi sugli spalti di una palestra, Fabio Volo spiega quanto sta accadendo in campo: Paolo, ne ha affrontate tante di sfide, ma nessuna è impegnativa quanto rasserenare la nipotina.

Lo zio prova a distrarre la piccola con ogni genere di smorfia, ricorrendo anche allo smartphone. Poi tutta la squadra accorre in suo soccorso e, quando arriva il momento di cambiare il pannolino alla bambina, è proprio guardando un video in rete che, tra lo stupore generale, lo zio riesce nell'impresa.

La delicatezza dello spot consiste nel vedere giovani sportivi intenti, con tutta l'attenzione possibile, a ricoprire un ruolo riservato di solito alle donne.

Dopo aver profuso tanto impegno, Paolo viene finalmente gratificato: una volta rasserenata, la piccola sembra quasi ringraziarlo chiamandolo "ma...mma".

Wind

All Inclusive expandable



Genere: Spot
Produzione: Alto
Verbano
Agenzia: n.p.
Committente: Wind
Durata: 45"

Lo smartphone approda nel lontano e favoloso West con Rosario Fiorello nel ruolo di un singolare pistolero, un cow boy davvero sopra le righe.

Le prime immagini dello spot mostrano un gruppo di cow boy sui propri cavalli e in coda appare Fiorello. Lo show man si affanna a seguire i "collegi" in sella a una curiosa bici che, successivamente, assicura alla staccionata fuori dal saloon. Mentre gli altri cow boy legano i cavalli davanti al saloon, lui utilizza una catena per la sua bicicletta.

All'interno del locale, molto affollato, si avvicina al bancone e preferisce parlare al telefono piuttosto che giocare a carte o ammirare la cameriera che ammicca nella sua direzione. Per completare il quadro, infine, spiazzando tutti, chiede una doppia camomilla.

Lo spot Wind vuole accreditarsi come una rivisitazione, in chiave ironica, di un genere di successo nella cinematografia italiana: lo spaghetti western.

Il testimonial, volto molto amato da un pubblico trasversale per bravura, simpatia e carica umoristica, ha un aspetto bonario e sorridente, differente dal volto truce degli altri cow boy.

Dunque, un pistolero che non incute alcun timore e che, nonostante la debolezza delle battute, riesce comunque a divertire proprio per il contrasto tra il suo aspetto rassicurante e la faccia seria del "gringo" consolidata nel cliché dell'immaginario collettivo cinematografico.

Winni's Naturel



Genere: Spot
Produzione: BRW
Filmland
Agenzia: Frog
Committente: Winni's
Durata: 16"

Bambini immersi in un mondo incontaminato: un inno alla natura e alla sua purezza, salvaguardata anche con l'utilizzo di detersivi non inquinanti come quello reclamizzato. Nelle inquadrature, il colore predominante è sempre il verde, così da evidenziare la bellezza di un "mondo più pulito".

Lo spot mostra alcuni bambini che giocano felici all'aria aperta, mentre la loro voce fuori campo ringrazia la mamma per aver scelto un detersivo ecologico.

Sono scene di vita gioiosa quelle attraverso cui viene sponsorizzato il prodotto: bimbi che si rotolano sull'erba, si arrampicano sugli alberi, osservano una formica che cammina su un tronco, tirano sassi in un fiume.

Per alcuni aspetti, si tratta di un ritratto nostalgico, di un universo amabile e gradevole, in gran parte sconosciuto ai nativi digitali, cresciuti davanti allo schermo di un tablet o di uno smartphone piuttosto che all'aria aperta.

Per questo è di grande interesse sottolineare il messaggio dello spot che va al di là del prodotto reclamizzato: le scelte di oggi saranno determinanti per la vita dei nostri figli, ed è necessario consegnare loro un mondo non inquinato. Un monito che ci ricorda come anche l'acquisto di un detersivo ecologico, possa contribuire alla salvaguardia di un patrimonio di inestimabile valore.

Zalando

Lo shopping a casa tua



Genere: Spot
Produzione: n.p.
Agenzia: Jung von Matt/
Elbe
Committente: Zalando
Italia
Durata: 33"

Il noto negozio online di abiti, scarpe e accessori, ha scelto come testimonial per il 2015: Vanessa Incontrada. In linea con l'immagine di ragazza acqua e sapone, che ne aveva decretato la fortuna a Zelig, la conduttrice e attrice propone una figura femminile spigliata e disinvolta, ma semplice, addirittura in pantofole. Appena sveglia infatti, cornetto della colazione in mano, gambe nude e camicia aperta, la Incontrada si aggira tra gli abiti di un negozio urtando diversi oggetti mentre li sceglie. Una volta alla cassa, davanti allo sguardo contrariato del commesso che l'ha seguita per tutto il tempo, annuncia di avere cento giorni di tempo in caso di ripensamento.

L'arcano è presto svelato: essendo Zalando un negozio virtuale, in realtà la protagonista è nella propria abitazione, comodamente seduta sul divano dopo la colazione mattutina. Senza il "fastidio" di uscire, la Incontrada si è mossa tra gli scaffali e ha deciso quali abiti ordinare.

Lo spot propone un modo indubbiamente divertente per occuparsi di abbigliamento senza le sofisticate atmosfere dei consueti messaggi pubblicitari che fanno ricorso a figure femminili esteticamente perfette. C'è, però, da segnalare una inaspettata caduta di stile: l'inquadratura del fondoschiena della Incontrada. Purtroppo, è l'ennesima dimostrazione di come la pubblicità non voglia rinunciare alla componente voyeuristica.

Zurich Assicurazioni

La miglior protezione, sempre vicino a voi



Il messaggio dello spot è di carattere familiare: riguarda la cura e le attenzioni riservate a chi si ama.

Apparentemente sembra che l'oggetto dell'amore del protagonista sia la propria auto. Ma il messaggio va molto oltre. Inizialmente vengono infatti mostrati tre approcci differenti verso l'automobile.

Nel primo, "Amore zero", l'auto, una decapottabile, abbandonata alle intemperie, appare sporca e invasa da foglie secche. Nel secondo "Un po' d'amore", la stessa auto è tenuta in ordine, è pulita ed ha il tetto apribile, chiuso. Infine, l'approccio più significativo è denominato "Amore vero": il veicolo è addirittura coperto con un gigantesco cappello di lana guarnito da un pon pon che la ricopre. Lo stesso cappello, fatte le debite proporzioni, nell'inquadratura successiva, è indossato da tutti i membri della famiglia a bordo dell'auto, sulla quale viaggia anche il cane al quale vanno le medesime cure. L'attenzione, quindi, si sposta dal veicolo alle persone. L'assicurazione, che si intende promuovere, infatti, protegge non solo l'auto ma tutti i componenti del nucleo familiare che balza prepotentemente in primo piano. Non è dunque l'auto l'oggetto dell'amore del protagonista. Il fine ultimo è la sicurezza e la serenità dei suoi cari di cui si preoccupa il capofamiglia inquadrato nel suo ruolo di marito e di padre. La famiglia, dunque, quale bene da tutelare, dona un significato più profondo alla campagna pubblicitaria delle assicurazioni.

Genere: Spot
Produzione: n.p.
Agenzia: McCann World
Group
Committente: Zurich
Assicurazioni
Durata: 31"

**INTRATTENIMENTO
CULTURA
DOCU-FICTION
REALITY**

#Nothing Stops Pink



Un docu-reality di grande impatto emotivo che lancia un messaggio coraggioso, di ottimismo e fiducia nella vita anche quando la malattia sembra avere il sopravvento. Al centro del racconto dieci runner d'eccezione che hanno partecipato all'ultima edizione della Maratona di New York. Le donne, operate di tumore al seno, hanno voluto dimostrare, con tenacia e grande forza di volontà che è possibile raggiungere qualsiasi traguardo. Ad aiutarle nella lotta contro la malattia è stato lo sport grazie al quale hanno iniziato una nuova vita dopo la difficile terapia antitumorale con la concreta prospettiva di nuovi e gratificanti obiettivi di vita.

Da sottolineare l'impegno di Gabriele Rosa, tra i migliori trainer del settore che si è occupato di monitorare e allenare le candidate runner e portarle al grande traguardo newyorkese. Il docu-reality dimostra, scientificamente, il beneficio dell'attività sportiva nelle persone malate di tumore al seno e ribadisce che un'attività fisica mirata è "alleata della salute" in quanto previene e cura numerose patologie e riduce persino il rischio di recidive. Il programma, realizzato con la "Fondazione Umberto Veronesi" sprona le persone in lotta con la malattia a non arrendersi mai e a costruire un futuro migliore.

Ma il messaggio assume una dimensione universale: è un inno alla vita e allo sport che temprano il corpo, in quanto richiede impegno e sacrificio notevole, ed è perciò rivolto a tutti, indistintamente.

Rete: Real Time

Genere: Docu-Reality

Produzione: Discovery Italia

Regia: Alessandro Casale

Autore: Alessandro Casale

In onda: mercoledì 4 febbraio, alle 21,10

Durata: 1x60

Ascolti medi: n.p.

16 anni e incinta



Rete: MTV
Genere: Docu-reality
Produzione: Morgan J. Freeman, Dia Sokol
Regia: Morgan J. Freeman
Autori: Morgan J. Freeman, Dia Sokol
Interpreti: interpreti vari
In onda: dal 7 febbraio, il sabato, alle 16,00
Durata: 40'
Ascolti medi: n.p.

Emozioni, timori, paure, responsabilità da affrontare e da gestire nella delicata età dell'adolescenza. Sentimenti raccontati dal docu-reality che segue alcune ragazze giovanissime in attesa di un figlio, dal quarto mese di gravidanza fino ad alcuni mesi successivi alla nascita del bambino. Le situazioni analizzate sono differenti, ma unite da un unico filo rosso: la consapevolezza delle protagoniste di dover rinunciare alla loro adolescenza assumendo, con largo anticipo, il ruolo di madri. La parte più complessa del docu-reality riguarda il rapporto delle adolescenti con i propri partner. Rapporti non sempre semplici da gestire per la giovane età e resi ancor più complicati dall'incertezza di dover affrontare scelte impegnative per il futuro con o senza il proprio partner. Tutto viene raccontato con apparente intimistica partecipazione sotto la quale si cela, però, una spettacolarità di fondo e un evidente protagonismo delle interessate. Merito del programma è l'aver affrontato una problematica sulla quale i riflettori si accendono di rado. E non mancano spunti di riflessione sul delicato rapporto tra le giovanissime in stato di gravidanza e i loro genitori. Ma un argomento così delicato che coinvolge la sfera intima delle adolescenti, avrebbe meritato un approccio più consapevole e una sede più opportuna.

A conti fatti



Le tematiche affrontate, di interesse comune per le famiglie, spaziano dalla gastronomia ai consigli per una alimentazione sana e responsabile. Dalla cucina alla spesa attenta al risparmio, dai prodotti di stagione alla presenza in studio di esperti e di nutrizionisti: ogni segmento del programma viene presentato in una atmosfera sobria e rilassata. Elisa Isoardi riesce a conferire al programma la rassicurante serenità di una chiacchierata coinvolgente e senza pretese nella quale possono ritrovarsi, indifferentemente, casalinghe e professionisti della cucina. Attenzione particolare viene posta ai prodotti alimentari, alle loro caratteristiche nutrizionali e all'utilizzo anche in settori differenti e più ampi. Il tempo scorre veloce e le delucidazioni degli esperti forniscono curiosità e particolari interessanti spesso sconosciuti al grande pubblico. Valore aggiunto è la conduzione della Isoardi garbata e mai sopra le righe. Il programma punta anche l'attenzione sull'attualità e sui cambiamenti della società. Riesce, così, a porsi come riferimento gradevole e interessante per i consumatori aiutandoli ad acquisire consapevolezza nella risoluzione dei piccoli e grandi problemi della famiglia.

Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai
Regia: Alessandra De Sanctis
Autori: Angelo Raffaele Amelio, Giuseppe Giunta, Claudia Manari, Paolo Menghini, Cesare Zavattini
Conduttore: Elisa Isoardi
In onda: dall'8 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 11,10
Durata: 60'
Ascolti medi: 859.870 telespettatori; 13.61% share (fino al 30 aprile)

A sua immagine



Rete: Rai 1
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Marco Brigliadori, Gaia Valeria Rosa
Autori: Gianni Epifani, Laura Misiti
Conduttrice: Lorena Bianchetti
In onda: dal 29 novembre, il sabato alle 17,15 e la domenica alle 10,30
Durata: sabato 30', domenica 105'
Ascolti medi: n.p.

Il programma, condotto con professionalità e garbo da Lorena Bianchetti, affronta tematiche del mondo cattolico con particolare attenzione all'attualità. Novità dell'ultima edizione, è la presenza dei "preti di strada" Don Luigi Ciotti, Don Gino Rigoldi, Don Maurizio Patriciello e Don Vinicio Albanesi. I sacerdoti con il loro impegno sociale, richiamano in particolare l'attenzione sui problemi del territorio e commentano ogni domenica, a rotazione, il Vangelo del giorno. Lo schema del programma è semplice e immediato: avvicinare i telespettatori ad un mondo possibile nel quale la solidarietà, la fratellanza, il rispetto per il prossimo assumano significati concreti attraverso le pagine del Vangelo. Rilevante è la presenza in studio di persone comuni che raccontano esperienze personali vissute con fede cristiana.

A sua immagine non è un appuntamento standardizzato nei canoni religiosi tradizionali. Il racconto di esperienze di fede e di testimonianze di vita cristiana assume, nel contesto attuale, il significato di un messaggio rassicurante.

Prendendo spunto dai discorsi di Papa Francesco e dalle parole pronunciate all'Angelus la domenica mattina, la trasmissione si accredita come uno spazio di riflessione più ampio che va al di là degli stessi principi cattolici, ed esorta ad una fratellanza universale per il superamento delle barriere etniche e religiose e la realizzazione di una pace, finalmente, duratura.

About Love



L'unica puntata andata in onda aveva la pretesa di raccontare l'amore tra i giovani in tutte le sue articolate sfaccettature. Evidente, però, l'ispirazione a modelli televisivi già visti. Due in particolare: Stranamore del compianto Alberto Castagna e l'attuale C'è posta per te di Maria De Filippi. Vengono inoltre evocate anche le atmosfere dei più noti film di Federico Moccia e dei docu-reality giovanilistici di Mtv. I protagonisti, presentati e aiutati dai due inviati, Alvin e Anna Tatangelo, tentano di recuperare il proprio rapporto sentimentale o ringraziare la persona amata, attraverso vari espedienti sapientemente dosati, in un'alternanza di storie a lieto fine con altre strappalacrime. E se gli amori sono nati in Rete, è l'occasione per far incontrare in maniera spettacolare i due partner.

Il racconto delle singole vicende è proposto, in prima persona, dai protagonisti che, senza filtri, ripercorrono i momenti salienti della propria love story.

La trasmissione avrebbe voluto dimostrare che l'amore è in grado di superare qualsiasi ostacolo. E anche se a volte non è possibile scrivere il lieto fine, il messaggio di fondo doveva apparire sempre positivo.

Purtroppo, nonostante le buone intenzioni, la recitazione da fiction dei protagonisti e dei conduttori ha reso il risultato finale assolutamente non convincente.

Rete: Italia 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Endemol
Regia: Federico Moccia
Autori: Federico Moccia
Conduttori: Alvin, Anna Tatangelo
In onda: lunedì 20 aprile, alle 21,15
Durata: 1x120'
Ascolti medi: 749.000 telespettatori; 2,95% share

Adam Kadmon

Rivelazioni



Rete: Italia 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Quadrio Tv
Regia: Arcadio Cavalli
Autori: Adam Kadmon, Ilaria Tiberio, Alberto Pattacini
Conduttore: Adam Kadmon
In onda: dal 19 ottobre al 7 dicembre, la domenica, alle 21,10
Durata: 8x140'
Ascolti medi: 1.054.000 telespettatori; 5.08% share

Adam Kadmon-Rivelazioni, spin off di Mistero programma di Italia 1, è un ansiogeno contenitore di complotti e ipotesi fantasiose della durata di tre ore. A gestirlo un personaggio mascherato con la pretesa di considerarsi "esperto" di complicate teorie complottistiche da lui individuate in ogni settore della società e della storia presente e passata. Teorie che, senza alcun fondamento scientifico, sarebbero finalizzate a plagiare la mente umana da parte di tre misteriose entità: gli Alieni, la Massoneria e gli Illuminati, una potentissima setta che, su basi esoteriche, mira al dominio del mondo.

Il conduttore, prendendo spunto da fatti reali, insinua dubbi inesistenti e ipotesi fantasiose approdando a vicende assurde, irreali e ridicole, in un'atmosfera di delirante suspense. Ma la platea generalista della prima serata, che include anche minori, non sempre possiede gli strumenti critici per valutare con obiettività, quanto viene descritto. I discutibili servizi vengono presentati con un tono accattivante e con la pretesa di mettere in guardia il pubblico dai cosiddetti "poteri forti complottistici". Il programma vuole dimostrare tesi pre-costituite. I servizi sono scabrosi, nell'accezione più ampia del termine, sia perché basati su truculente storie di sesso, sangue e omicidi, sia perché tentano di minare acquisite realtà scientifiche e religiose.

Affari Tuoi



L'access prime time di Rai 1 va in onda dal Teatro delle Vittorie di Roma, tempio sacro del varietà televisivo made in Italy. Tra un pacco da mantenere o da cambiare, una battuta e un travestimento, Insinna, mattatore del gioco, sfodera tutta la sua professionalità teatrale riuscendo a catturare l'attenzione di un pubblico trasversale e soprattutto familiare.

Affari Tuoi guida con leggerezza lo spettatore verso la prima serata, regalando momenti di spensieratezza e divertendo anche i più piccoli grazie agli oggetti di scena usati da Insinna. Il conduttore a sua volta, si pone con aspetto paterno nei confronti dei concorrenti, esortandoli a tentare senza mai arrendersi. Un messaggio positivo, che va al di là della semplice scelta di un pacco da aprire e assume un significato più intenso e umano.

Affari tuoi è un gioco di fortuna: per la sua semplicità non richiede alcuna preparazione da parte dei concorrenti che il conduttore valorizza e mette sempre al centro della scena.

Diverse le novità introdotte in questa edizione: il "Ci penso io", opzione che obbliga il concorrente a lasciare la sua postazione e il "Mangia come parli", una prova culinaria riguardante le ricette tipiche regionali. È stato inoltre ripristinato il "Che jella sia", grazie al quale i concorrenti più sfortunati possono ribaltare il risultato rimettendosi in gioco. Riconfermata anche la figura della dottoressa il cui compito è proporre offerte di denaro ai giocatori.

Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Endemol
Regia: Stefano Mignucci
Autori: Nicoletta Berardi, Franco Bertini, AA.VV.
Conduttore: Flavio Insinna
In onda: dal 7 settembre, tutti i giorni, alle 20,40
Durata: 40'
Ascolti medi: 6.799.000 telespettatori; 20.01% share

Alla conquista dei cieli



Rete: Nat Geo People HD, Sky 3D
Genere: Docu-fiction
Produzione: Atlantic Productions, Colossus Productions, Sky Television
Regia: David Lee
Autori: David Attenborough
Conduttore: David Attenborough
In onda: dal 15 marzo al 29 marzo, la domenica, alle 21,00
Durata: 3x60'
Ascolti medi: n.p.

I tre documentari firmati da Davide Attenborough, classe 1926, coniugano innovazione, tecnologia, scienza e tradizione. L'evoluzione del volo, nel regno animale, è raccontata attraverso un affascinante viaggio lungo trecento milioni di anni. Si parte dalle primitive specie preistoriche in un excursus che si sofferma su tutte le infinite varietà di esemplari presenti oggi nei cieli.

Grazie alle riprese in 3D e alle modernissime tecniche di computer grafica, i meccanismi del volo vengono svelati attraverso immagini estremamente realistiche e ricche di suggestioni.

I documentari propongono un punto di vista tecnologicamente avanzato rispetto ai filmati tradizionali ingessati nel racconto didattico, pur nel rigoroso rispetto scientifico. La visione proposta da Attenborough consente una full immersion, accattivante e spettacolare, nel mondo del volo. Ne scaturisce un approccio divulgativo e mai pedante che rende la serie fruibile da un pubblico trasversale composto anche da famiglie, da studenti, da appassionati di scienze.

Attenborough si conferma, con questa nuova sfida, ancora pioniere della ricerca documentarista scientifica. E' la testimonianza che vecchio e moderno possono convivere in una simbiosi spettacolare e culturale che rappresenta, per ora, l'ultima frontiera della conoscenza in tv.

Alta Infedeltà



Il tradimento posto ex abrupto sotto i riflettori senza il minimo riguardo per i legittimi vincoli familiari: ogni settimana, persone comuni, che hanno subito un tradimento o che ne sono state protagoniste, svelano senza inibizioni le proprie storie e il successivo disfacimento del legame matrimoniale. La pretesa è di realizzare una sorta di indagine sociologica tra le coppie per verificarne il grado di fedeltà nel corso degli anni.

Il racconto evoca, con dovizia di particolari, le situazioni spesso sconcertanti, che hanno provocato l'adulterio.

La mortificazione delle relazioni interpersonali è aggravata dai toni rancorosi con cui i protagonisti parlano dei propri partner, dimostrando una totale assenza di pentimento per quanto è accaduto.

In quest'ottica lo stesso tradimento appare marginale, quasi un peccato veniale, o addirittura viene giustificato.

Ne scaturisce il ritratto di relazioni di coppia che facilmente si disgregano in un contesto di superficialità e di indifferenza, senza la pur minima volontà, da parte dei coniugi, di salvare il nucleo familiare.

Evidente infine, anche una sorta di protagonismo che è addirittura il male peggiore, in un programma nel quale i valori etici e morali vengono mortificati dall'egoismo dei coniugi. In prima serata, Alta Infedeltà non rappresenta certo un esempio di buona televisione, soprattutto per la presenza di minori che potrebbero esserne negativamente influenzati.

Rete: Real Time
Genere: Docu- reality
Produzione: Stand by me
Regia: Bernardo Nuti
Autori: Giovanni Bazzo, AA.VV.
In onda: da lunedì 16 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 20,40
Durata: 30'
Ascolti medi: 338.000 telespettatori; 1.2% share

Amici 14

Il day time di Canale 5



Rete: Canale 5
Genere: Docu-Reality
Produzione: Fascino P.g.t.
Regia: Paolo Pietrangeli
Autori/Sceneggiatori: Maria De Filippi, Luca Zanforlin, AA.VV.
Conduttrice: Maria De Filippi
In onda: dal 22 novembre, il sabato, alle 14,10
Durata: 110'
Ascolti medi: 3.161.000 telespettatori; 19.2% share

L'appuntamento settimanale concentra l'attenzione sugli eventi di cui sono stati protagonisti gli studenti della scuola nella settimana appena trascorsa.

Ogni sabato, gli aspiranti cantanti e ballerini sostengono prove che rappresentano veri esami il cui superamento garantisce la permanenza nella scuola. I ragazzi devono sfidare sia concorrenti esterni all'Accademia, che puntano a occupare i banchi della classe, sia i propri compagni di corso. L'obiettivo è accedere alla fase serale del programma e conquistare uno dei dodici posti a disposizione.

Attraverso l'impegno costante dei giovani viene mostrato ai fan del talent show che, per raggiungere ogni importante obiettivo professionale, sono necessari volontà e spirito di sacrificio. Nulla viene regalato, bisogna applicarsi con continuità e dare il massimo di se stessi. Non tutti riescono nel loro intento: gli allievi che non superano le prove sono costretti ad abbandonare il programma. La sconfitta, però, rappresenta un momento di consapevolezza dei propri limiti e di maturazione personale. Tra studio, lacrime, fatiche e sforzi, si formano amicizie, si stringono legami, si vive una quotidianità nella quale i ragazzi si riconoscono. Il vissuto personale rappresenta il valore aggiunto della scuola. Talvolta atteggiamenti non consoni dei docenti verso i colleghi, hanno intaccato la validità della scuola fornendo modelli di comportamento diseducativi per i ragazzi.

Amici 14

Il serale



Anche quest'anno, dopo cinque mesi di lezioni, sfide ed esami, gli allievi della scuola di Maria De Filippi, sono approdati al prime time di Canale 5. Un privilegio concesso solo ai dodici concorrenti che i professori hanno ritenuto più meritevoli.

La fase serale di Amici ha le caratteristiche di un varietà nel quale le esibizioni dei ragazzi diventano l'asse portante. La presenza di segmenti comici, affidati a Virginia Raffaele, novità di questa edizione, ne sottolinea ulteriormente l'aspetto spettacolare. L'effetto show è amplificato dalla presenza della giuria composta da personaggi noti dello spettacolo e della musica che, attraverso le proprie valutazioni, cerca di indicare ai giovani artisti i criteri per migliorarsi.

Coach delle due squadre, la bianca e la blu, in cui vengono tradizionalmente suddivisi i giovani artisti promossi al serale, sono state quest'anno, Emma ed Elisa. A differenza delle passate edizioni, si è immediatamente instaurato un clima disteso e di grande rispetto reciproco tra le due caposquadra, impegnate a valorizzare al meglio i giovani artisti dei propri team.

Da segnalare il risvolto "sociale" dei numeri di danza: spesso le coreografie ideate dal direttore artistico Giuliano Peparini sono costruite intorno a storie che lanciano messaggi contro la violenza e il bullismo, temi che sempre più spesso toccano i teenager, il target di riferimento del programma.

Rete: Canale 5
Genere: Talent Show
Produzione: Fascino P.g.t.
Regia: Andrea Vicario
Autori: Maria De Filippi, AA.VV.
Conduttrice: Maria De Filippi
In onda: da sabato 11 aprile, a venerdì 5 giugno, il sabato alle 21:10
Durata: 9x190'
Ascolti medi: 5.148.666 telespettatori; 24.08% share (fino al 30 aprile)



Rete: Rai 3

Genere: Informazione

Produzione: D4 per Rai

Regia: Matilde D'Errico, Maurizio Iannelli

Autori: Matilde D'Errico, Maurizio Iannelli

Conduttrice: Barbara De Rossi

In onda: dal 20 ottobre al 15 dicembre, il lunedì, alle 21,05

Durata: 8x120'

Ascolti medi: 1.676.000 telespettatori; 6.32% share

Il fine del programma è fornire un contributo alla lotta contro il femminicidio, aiutare le donne a riconoscere, nei propri compagni e partner, gli inequivocabili segni anticipatori di quella violenza di cui saranno, purtroppo, vittime.

Barbara De Rossi ha dimostrato con il team autorale che, spesso, tali segni premonitori possono essere scoperti con notevole anticipo.

Perciò la travagliata e sfortunata esistenza delle donne barbaramente uccise, viene ricostruita andando indietro negli anni attraverso un'indagine precisa nell'ambito familiare e sociale in cui hanno vissuto. Si penetra fin negli angoli più oscuri della personalità della vittima attraverso un'analisi psicologica che ne evidenzia l'evoluzione del carattere negli anni.

Il delitto, inoltre, viene ricostruito fedelmente con l'ausilio di attori: ed è questa la fase discutibile del programma, in quanto spesso si insiste, in maniera voyeuristica, su scene di violenza che possono turbare la sensibilità dei telespettatori più fragili psicologicamente.

La novità di queste edizioni è la presenza in studio di Veronica De Laurentiis: riuscita a sopravvivere alle violenze del proprio partner, ha messo la propria esperienza al servizio delle donne in difficoltà. L'obiettivo è aiutarle a decifrare atteggiamenti sospetti nei partner e incitare a denunciare sempre i comportamenti brutali.



Condotta da Giulia Innocenzi, il talk show ha l'obiettivo di accendere i riflettori sui giovani e sui loro problemi affrontandoli assieme a esponenti politici, industriali e sindacali presenti in studio o in collegamento. Gli autori, però, hanno stravolto l'idea positiva di un talk dedicato alle nuove generazioni. Si è riproposto, sic et simpliciter, lo schema di Servizio pubblico di cui Announo è lo spin off. La giovane Innocenzi non è riuscita a tenere ben salde le redini del programma che le è sfuggito di mano.

I giovani presenti in studio, provenienti da vari schieramenti ideologici, invece di esporre le loro idee con chiarezza, non hanno fatto altro che litigare. E si sono adeguati, malinconicamente, allo stile della old generation frequentatrice dei talk show dando un pessimo esempio ai loro coetanei che, invece, hanno bisogno di modelli positivi. Fortunatamente i ragazzi di oggi non si riconoscono nei giovani di Announo che sono apparsi "costruiti" a tavolino in funzione dell'Auditel.

Inoltre, ci sono state molte altre cadute di stile come la presenza delle Femen che hanno invaso lo studio con atteggiamenti estremamente provocatori. Apparse a seno nudo, hanno offeso le istituzioni religiose e inneggiato all'amore libero spargendo, provocatoriamente, condom nello studio. Dinanzi alle sacrosante proteste di alcuni "dissidenti" la Innocenzi li ha duramente redarguiti tacciandoli di non essere abbastanza moderni.

Rete: LA7

Genere: Talk Show

Produzione: Zero studio's Srl

Regia: Alessandro Renna

Autori: Luca Bertazzoni, Andrea Casadio, Giulia Cerino, Pablo Trincia

In onda: dal 13 novembre al 18 dicembre, il giovedì, alle 21,10

Conduttrice: Giulia Innocenzi

Durata: 6x160'

Ascolti medi: 937.000 telespettatori; 4.11% share

Avanti un altro



Rete: Canale 5
Genere: Intrattenimento
Produzione: Endemol-RTI
Regia: Stefano Vicario
Autori: Paolo Bonolis, Stefano Santucci, Stefano Jurgens, Marco Salvati, Sergio Rubino
Conduttore: Paolo Bonolis e, successivamente, Gerry Scotti
In onda: dal 14 settembre, tutti i giorni, alle 18,40
Durata: 70'
Ascolti medi: 3.700.000 telespettatori, 18% share

La rappresentazione del trash e una trasgressione, che assume sfaccettature volgari e grossolane, sono alla base del preserale di Canale 5. Il game show somiglia a una farsa grossolana in cui i concorrenti vengono penosamente strumentalizzati dal conduttore. Paolo Bonolis ne sfrutta debolezze e, col pretesto dell'ironia, li mette alla berlina e ne spettacolarizza i difetti fisici e psicologici. Bonolis agisce con malcelata astuzia sui concorrenti. Apparentemente li rende complici del suo gioco perverso, facendo leva sull'eterna ambizione di apparire in tv. Con toni gridati, in atmosfere che ricordano Ciao Darwin, il più trash degli show di Canale 5, avanti un altro, ammicca in maniera esplicita a doppi sensi sessuali sia nel linguaggio che nei comportamenti. Nel corso delle puntate irrompono in studio i personaggi del Minimondo, strampalati, eccentrici, al di sopra delle righe, volgari anche nell'abbigliamento. La supplente, ad esempio, una procace professoressa che rivolge ai concorrenti domande su temi scolastici, evoca le peggiori atmosfere da B-movie degli anni '70 ed è chiaramente ispirata alla notissima "Madre Natura" presente in Ciao Darwin. L'alieno, lo Jettatore, sono inseriti nel medesimo microcosmo privo di buon gusto e di ogni minimo riguardo nei confronti dei telespettatori. Inadeguata, in sostituzione di Bonolis, la presenza di Gerry Scotti, personaggio troppo familiare per essere inserito in un simile contesto.

Bake Off Italia Dolci in forno



La seconda edizione di Bake Off Italia Dolci in forno, vinta dalla ventiduenne studentessa Roberta Liso, conferma l'aspetto positivo e formativo del talent show. La competizione tra aspiranti pasticceri amatoriali si è sempre svolta in un clima di sereno e costruttivo confronto, all'insegna del rispetto mostrato dai giudici di gara Ernst Knam e Clelia d'Onofrio nei riguardi dei concorrenti. I toni urlati, le risse, i rancori e le mortificazioni rivolte agli aspiranti cuochi dai giudici in altri cooking show sono un ricordo lontano. L'atmosfera quasi incantata, in cui si muove Bake Off Italia, è arricchita dalla splendida cornice di Villa Arconati che amplifica la sensazione di familiare tranquillità, già presente nella gara, e rende il programma fruibile da un pubblico di grandi e piccoli telespettatori. Lo show scorre senza indugiare su discutibili ingredienti spettacolari che, di solito, sono garanzia di ascolti. Al contrario, la cucina di Bake Off Italia Dolci in forno, con le prelibatezze che vengono preparate, diventa un momento di tv rilassante che rompe la monotonia della quotidianità televisiva con un'iniezione di dolcezza. Valore aggiunto dello show, sono i concorrenti: giovani che hanno coltivato la passione per la pasticceria sperando possa diventare il lavoro del futuro, senza avere come modelli di riferimento chef stellati divenuti star del piccolo schermo.

Rete: Real Time
Genere: Talent Show
Produzione: Magnolia
Regia: Giuseppe Bianchi
Autori: Peppi Nocera, Monia Palazzo, Valentina Massouda
Conduttrice: Benedetta Parodi
In onda: dal 5 settembre al 21 novembre, il venerdì, alle 21,00
Durata: 12x60'
Ascolti medi: 826.938 telespettatori; 3.1% share

Ballando con le stelle



Rete: Rai 1
Genere: Talent Show
Produzione: Rai, Ballandi Multimedia
Regia: Danilo Di Santo
Autori: Milly Carlucci, Giancarlo De Andreis, AA.VV.
Conduttrice: Milly Carlucci con la collaborazione di Paolo Belli
In onda: dal 4 ottobre al 6 dicembre, il sabato, alle 21,15
Durata: 10x195'
Ascolti medi: 4.210.000 telespettatori; 21.06% share

Il fascino del ballo, l'eleganza della formula, le capacità della padrona di casa, la presenza di un cast funzionale all'economia della trasmissione hanno accreditato Ballando con le stelle come esempio di intrattenimento fruibile da un target trasversale che coinvolge più generazioni. Valore aggiunto della decima edizione è stata la presenza di Giusy Versace, esempio di coraggio, di ottimismo e di impegno nel cercare di superare i propri limiti. La professionalità dei maestri di ballo, gli sforzi dei concorrenti, un'accurata ricerca degli ospiti per interessare anche il pubblico più giovane, hanno determinato il successo dello show. Il programma ha trasferito la passione per la danza al di fuori della tv, avvicinando al ballo neofiti affascinati dalle performance degli artisti e ha moltiplicato il numero di format che hanno cercato di emularne il successo. Il ballo non è mai fine a se stesso, rappresenta un momento di condivisione e di amicizia: tra maestri e "allievi" si crea una complicità finalizzata al raggiungimento dell'obiettivo comune, essere "promossi" dalla severa giuria, altra presenza fondamentale dello show. L'impegno e la costanza nella preparazione, conducono sempre a risultati soddisfacenti e rappresentano un incentivo per obiettivi futuri. La competizione, infine, è pervasa da una atmosfera goliardica che ha contribuito al decennale gradimento di uno show capace di rinnovarsi senza rinnegare la tradizione dell'antico varietà.

Ballarò



La novità di quest'anno è la sostituzione del conduttore: Massimo Giannini al posto di Giovanni Floris trasferitosi a LA7. Il talk show, nella nuova versione, per grandi linee ha conservato le impostazioni precedenti: dibattito politico in studio con ospiti rappresentativi delle istituzioni, del mondo dell'economia e del giornalismo, reportage realizzati sul campo per documentare i problemi di cui si discute, intervista faccia a faccia con un personaggio differente di puntata in puntata. È mancata invece la copertina satirica che, tradizionalmente, apriva il talk show. Presente nelle prime puntate con interventi affidati ad alcuni comici, tra cui Roberto Benigni, è stata, successivamente, accantonata. Massimo Giannini ha cercato di conferire alla sua gestione un'impronta differente rispetto alla conduzione di Floris grazie alla massiccia presenza di reportage e inchieste sulle realtà del Paese. Altra novità è stato il coinvolgimento, nella discussione politica, di personaggi del mondo dello spettacolo. Si è cercato di rendere il talk show più gradevole al grande pubblico generalista di Rai 3. Giannini, dopo le incertezze iniziali dovute al brusco passaggio dalla carta stampata al video, ha cercato di riportare Ballarò ai livelli dell'auditel del passato. Nonostante il richiamo alle problematiche più attuali, senza i consueti sotterfugi dialettici, il tentativo non è riuscito.

Rete: Rai 3
Genere: Talk Show
Produzione: Rai
Regia: Maurizio Fusco
Autori: Massimo Giannini, Vladimiro Polchi, AA. VV.
Conduttore: Massimo Giannini
In onda: dal 16 settembre, il martedì, alle 21,05
Durata: 160'
Ascolti medi: 1.788.000 telespettatori; 7.47% share (fino al 30 aprile)

Bonus Track



Rete: Sky Arte HD
Genere: Cultura Musicale
Produzione: Except House Production, Sky Arte
Regia: Giuseppe Domingo Romano, Ruggero Longoni
Autori: Nunzio Fabrizio Rotondo, Paolo Vita
In onda: dal 7 gennaio al 18 febbraio, il mercoledì, alle 21,10
Durata: 7x35'
Ascolti medi: n.p.

Bonus Track è la serie nella quale gli artisti raccontano lati inediti della propria personalità svelando interessi e passioni poco noti ai fan. Il punto di partenza è la musica, dal momento che tutti i protagonisti coinvolti sono esponenti di primo piano del mondo delle sette note. Ma gli orizzonti della narrazione si estendono a diversi settori dell'arte.

Così si scopre che Fortunato Zampaglione è un grande appassionato di disegno e di boxe, e che Edoardo Bennato ama profondamente la pittura, l'architettura e la regia cinematografica. Raccontando se stessi, i protagonisti di puntata fanno emergere emozioni e ricordi legati alle proprie passioni e, in una dimensione del tutto inedita, mostrano aspetti del proprio carattere in parte sconosciuti al grande pubblico.

Nel programma, in sette appuntamenti, tutte le sfaccettature della cultura e dell'arte si intrecciano per dare vita ai suggestivi ritratti degli artisti. Emerge così che spesso queste passioni, così lontane dalla propria attività professionale, hanno influenzato forse anche a livello subliminale, l'evoluzione della carriera musicale dei protagonisti.

Ad avvicinare maggiormente i telespettatori ai loro beniamini, contribuisce la documentazione dei luoghi in cui vive il personaggio, degli oggetti a lui cari e la conseguente scoperta di interessi comuni.

Boss in incognito



Un'umanità dolente ma dignitosa, storie di grande impatto emotivo che emozionano per coraggio e desiderio di superare, attraverso l'impegno professionale, momenti di crisi e di sconforto. Una linea narrativa che accomuna il grande manager alla sua classe operaia, annullando le distanze tra imprenditori e dipendenti. Questo rappresenta Boss in incognito nel panorama televisivo attuale. Anche nella seconda edizione, il Boss, per una settimana va a lavorare con una falsa identità nella sua azienda e scopre, tra i dipendenti, storie di sofferenza, precarietà, voglia di riscatto. Alla fine, comprende che la vera ricchezza non sono i ricavi commerciali e il business, ma il patrimonio umano dei suoi dipendenti, da ognuno dei quali riceve una lezione di vita. Passano in secondo piano le inevitabili carenze, pur riscontate nella gestione aziendale. L'esperienza, vissuta dal basso, ha un impatto emozionale, a volte persino sconvolgente, sul Boss: le realtà toccate con mano erano a lui completamente sconosciute. Su tutto svettano i sacrifici dei dipendenti il cui lavoro, lontano da casa, è finalizzato ad assicurare un sostegno economico alla propria famiglia. Nell'attuale momento di crisi di difficoltà, il programma racconta con garbo l'Italia che lavora. E lascia intendere ai telespettatori che il Paese può e deve ripartire da tutti coloro che, con grande dignità, lottano quotidianamente per garantire a se stessi e ai figli un futuro migliore.

Rete: Rai 2
Genere: Docu-Reality
Produzione: Endemol
Regia: Giorgio Romano
Autori: Cristiana Farina, Nicola Fuiano, Yuri Grandone, Noa Palotto
Conduttore: Costantino della Gherardesca
In onda: dal 22 dicembre al 2 marzo, il lunedì, alle 21,10
Durata: 10x90'
Ascolti medi: 2.298.000 telespettatori; 8,22% share

Casa Alice



Rete: Alice tv
Genere: Intrattenimento
Produzione: Lt Multimedia
Regia: Giovanni Coi
Autori: AA.VV.
Conduttori: Franca Rizzi, Daniele Persegani
In onda: durante tutta la stagione, tutti i giorni, alle 18,30
Durata: 55'
Ascolti medi: n.p.

Affiancata dallo chef Daniele Persegani, Franca Rizzi è al timone del programma più longevo della rete dedicata alla cucina. Ogni giorno vengono proposte nuove ricette che spaziano dai primi piatti ai secondi, dai dolci agli antipasti. A essere privilegiati sono gli ingredienti di stagione utilizzati per la preparazione di ricette la cui caratteristica è la semplicità che consente alle telespettatrici di poterle facilmente riproporre nella propria cucina.

Con particolare attenzione alla tradizione e alla selezione degli ingredienti, vengono presentate anche rivisitazioni di piatti classici. In ogni appuntamento viene mostrata la preparazione di tre portate, in modo da coprire un intero pasto.

I due protagonisti non sono soli davanti alle telecamere. Franca Rizzi e Daniele Persegani ospitano spesso personaggi legati al mondo enogastronomico: oltre a cuochi, pasticceri, ristoratori ed esperti, accolgono anche foodblogger con cui si confrontano.

Nato nel 2003 e giunto alla 22esima edizione, Casa Alice è il programma simbolo del canale tematico. Tutte le ricette proposte vengono pubblicate nel sito della trasmissione, dove gli utenti possono trovare anche approfondimenti sulla cultura del cibo.

Catfish False identità



Nascondere la propria identità online: questo è il fenomeno del "catfish". I protagonisti del docu-reality sono ragazzi che per lungo tempo intrattengono relazioni virtuali con persone sconosciute. Ignorando la personalità dell'interlocutore si è maggiormente disponibili a svelare la parte più intima e nascosta del proprio essere. A volte, dalla semplice conversazione in chat, nascono anche storie d'amore viziate dall'ambiguità di un rapporto anomalo. Il programma offre uno spaccato delle nuove generazioni, in particolare degli adolescenti americani: nella maggior parte dei casi infatti, emergono forti disagi sociali, la scoperta di orientamenti sessuali difficili da accettare o, ancora, la vergogna per un corpo che non risponde ai canoni estetici imposti dai media. Ragazzi che cercano online la normalità negata loro dalla quotidianità.

Catfish mostra come l'uso inappropriato dei social network consenta ad adolescenti, che avrebbero bisogno di un valido supporto familiare ed educativo, di rifugiarsi in una dimensione virtuale impropriamente rassicurante.

L'aspetto crudele è la scoperta, dall'altro lato, di opportunisti che, nel migliore dei casi, tentano raggiri per ottenere soldi o ricariche per il telefono. Ma, ancor più grave è il pericolo che, dietro gli interlocutori si possa nascondere ogni tipo di depravazione, dalla pedofilia ai tentativi di stupro. In quest'ottica, il programma è da evitare.

Rete: Mtv
Genere: Docu-Reality
Produzione: Mtv
Regia: Max Joseph, AA.VV.
Autori: Max Joseph, Ariel Schulman, Nev Schulman
Conduttori: Max Joseph, Nev Schulman
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al venerdì alle 12,15 e alle 16,55. Il sabato alle 11,30 e alle 20,20
Durata: 37x40'
Ascolti medi: n.p.

C'è posta per te



Rete: Canale 5
Genere: Intrattenimento
Produzione: Fascino PGT
Regia: Paolo Pietrangeli
Autori/Sceneggiatori: Maria De Filippi, Alberto Silvestri
Conduttrice: Maria De Filippi
In onda: dal 17 gennaio al 21 marzo, il sabato, alle 21,10
Durata: 9x200'
Ascolti medi: 5.828.000 telespettatori; 26.84% share

Il people show della De Filippi, che ha compiuto 18 anni punta, come tradizione, sui sentimenti. Merito della conduttrice è aver portato la famiglia al centro delle attenzioni, grazie al suo ruolo di mediatrice nelle riappacificazioni tra congiunti, punto forte del programma. Nonostante tutto, una sorta di sdolcinata retorica si insinua nel racconto per far vibrare le corde emozionali del pubblico.

La commozione è amplificata dalla presenza, in studio, di bambini nel singolare ruolo di "paggetti" che offrono doni alla persona alla quale i familiari desiderano esternare affetto e gratitudine. Un uso improprio dell'infanzia in programmi per adulti, introdotto per giocare sulla tenerezza che sempre suscitano i bimbi.

L'universo umano raccontato dalla De Filippi è basato sulle immutabili ragioni del cuore: amori, litigi, incomprensioni tra coniugi e parenti, lo rendono autosufficiente. In quest'ottica le storie raccontate sono senza tempo, eterne, senza scadenza. Ma assumono un ruolo significativo: in una società nella quale lo sgretolamento dei valori familiari ha assunto dimensioni preoccupanti, in un'epoca nella quale i delitti più efferati si svolgono tra le mura domestiche, la De Filippi, con il suo people show, è un preciso punto di riferimento. Dimostra, così, che una gran parte della società crede sempre nel valore e nella forza dei sentimenti.

Purtroppo spesso è il "sentimentalismo spettacolarizzato" ad avere la meglio.

Che tempo che fa



Lo stile pretenzioso e la ricercatezza di un eloquio altisonante rendono molti contenuti del talk show poco accessibili al pubblico generalista. Fabio Fazio, conduttore storico si crogiola nel suo universo sui massimi sistemi. In fila per farsi intervistare ci sono sempre prestigiosi personaggi. La semplicità divulgativa non è l'obiettivo primario del talk show. Appare solo quando Fazio ospita personaggi di tipo nazionale popolare. Nel momento in cui vengono affrontate tematiche impegnate come, filosofia, scienza, letteratura internazionale, la complessità del linguaggio utilizzato mal si concilia con l'opportunità di rendere la cultura accessibile a un target trasversale di pubblico.

All'arrivo, la domenica sera, di Luciana Littizzetto, Fazio si trasforma in "spalla" della sua partner e ostenta un atteggiamento di falso rimprovero quando l'attrice e comica affronta determinati argomenti. Pur avendo indubbie capacità, per proporre una comicità intelligente, la Littizzetto insiste su monologhi con continui doppi sensi ed espliciti riferimenti agli organi sessuali. Il linguaggio grossolano, le espressioni sboccate sottolineano ancor più negativamente una comicità già mortificante e di basso profilo che rappresenta, in fascia protetta, un pessimo esempio per i minori.

Rete: Rai 3
Genere: Talk show
Produzione: Endemol
Regia: Duccio Forzano
Autori: Michele Serra, AA.VV.
Conduttore: Fabio Fazio
In onda: dal 27 settembre, il sabato e la domenica, alle 20,10
Durata: 80'
Ascolti medi: 3.300.000 telespettatori; 12% share

Chi l'ha visto?



Rete: Rai 3
Genere: Informazione
Produzione: Rai
Regia: SimonettaMorresi
Autori: Federica Sciarelli, Giuseppe Rinaldi
Conduttrice: Federica Sciarelli
In onda: dal 10 settembre, il mercoledì, alle 21,10
Durata: 150'
Ascolti medi: 3.096.482 telespettatori; 13.24% share

Il programma, tra i più longevi della Rai, è divenuto un cult. Lo stesso titolo, entrato nel linguaggio comune, individua per antonomasia le persone scomparse. Mission della trasmissione, in onda dal 1989, è il tentativo di individuare chi si è allontanato, magari anche volontariamente, dalla propria abitazione. La conduttrice, con capacità e bravura, raccoglie, da familiari e conoscenti, le informazioni sugli scomparsi e fornisce al pubblico, in maniera sintetica e chiara, i dettagli necessari per poter eventualmente identificare le persone oggetto dell'indagine.

Il lavoro di ricerca è coadiuvato da un team professionalmente valido che elabora i dati raccolti dagli inviati sul posto. In tal modo si riescono spesso a ricostruire vicende anche complesse, partendo da indizi apparentemente insignificanti. I numerosi casi, felicemente risolti, hanno gratificato il programma conferendogli una crescente credibilità associata alla riconoscenza di chi ha ritrovato i propri cari. L'attenzione puntata anche su personaggi di grande rilievo, come il fisico Ettore Majorana la cui scomparsa avvenuta nel 1938, è stata seguita con aggiornamenti puntuali, rappresenta un ulteriore merito del programma.

Peccato che talvolta si ecceda nel diritto di cronaca con particolari che possono turbare la sensibilità di chi vive drammi, per se stessi già devastanti.

Colorado



La novità è il ritorno di Paolo Ruffini affiancato da Diana Del Bufalo, ex cantante di "Amici". Al cast tradizionale si sono aggiunte delle new entry, ma la vis comica del programma è apparsa poco efficace. I testi sono spesso scontati e prevedibili, e il ricorso ad una comicità "di pancia" è fin troppo evidente. A volte, si notano, nei monologhi dei protagonisti dello show, riferimenti a personaggi già visti e ascoltati in altri programmi.

La mancanza di creatività, l'assenza di una linea ironica in grado di rappresentare il trait d'union in tutto il programma, non conferiscono allo spettacolo una visione organica e coerente. Tutto appare slegato, messo insieme in un contesto a volte persino irrealistico. Neppure le parodie dei singoli personaggi o di alcune trasmissioni, tra cui la soap opera "Il segreto", riescono a incidere positivamente sulla resa dello show.

La superficialità dell'umorismo, quasi sicuramente, dipende dall'esigenza di realizzare dei testi nel minor tempo possibile. Non si nota, infatti, la dovuta attenzione nella confezione delle battute che spesso sembrano inserite casualmente nel contesto degli interventi, talvolta grossolani e con molte cadute di stile.

Il programma non è riuscito a intercettare i gusti del pubblico di Italia 1.

Rete: Italia 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Colorado Film, 3Zero2Tv
Regia: Lele Biscussi
Autori: Dario Viola, Giovanni Bognetti, Graziano Cutrona, AA.VV.
Conduttori: Paolo Ruffini, Diana Del Bufalo
In onda: dal 20 febbraio al 17 maggio, il venerdì, alle 21,10
Durata: 13x170'
Ascolti medi: 2.015.000 telespettatori; 9.05% share (fino al 30 aprile)

Concerto del Primo Maggio



Rete: Rai 3
Genere: Intrattenimento
Produzione: Ruvido Production, Rai
Durata: 540'
Regia: Cristian Biondani
Autori: Luciano Federico, Casimiro Lieto
Conduttore: Camila Raznovich
In onda: venerdì 1 maggio, alle 15,00
Ascolti medi: 1.334.500 telespettatori; 5.94% share

La diretta di nove ore ha riproposto gli schemi del passato. La musica è stata la protagonista del pomeriggio e della serata anche se, a volte, nella lunga maratona, si è avvertito un senso di stanchezza. Non tutti gli interventi, infatti, erano al top. La presenza, come ospiti, dei conduttori delle edizioni passate ha cercato di dare nuovo vigore ad uno show che, nonostante questa novità, non è apparso entusiasmante. Cambiano gli artisti ma la kermesse è sempre ingabbiata in uno schema che si ripete identico di anno in anno. Camila Raznovich, nel ruolo della padrona di casa, ha cercato di fare il possibile interagendo con gli ospiti che si avvicendavano sul palcoscenico.

Sarebbe opportuno ripensare ad una nuova formula per il Concertone vista anche la concorrenza con altre manifestazioni alternative che riscuotono un consenso sempre maggiore.

Inoltre, anche sul palcoscenico di San Giovanni in Laterano si è consumato un rito visto innumerevoli volte in tv: gli artisti utilizzati anche quest'occasione per promuovere i propri lavori.

Ci vorrebbe un maggiore impegno, nel giorno del 1° maggio, per catturare l'attenzione del pubblico generalista già distratto dalla festività. La stessa platea giovanile, alla quale tradizionalmente è dedicato il concerto, inizia ad avvertire la stanchezza di una formula riproposta, ormai, da un quarto di secolo.

Contratto



Nel nuovo canale televisivo, Sabrina Ferilli ha esordito nel ruolo di conduttrice. Dalla politica all'attualità, ogni settimana un personaggio viene intervistato in un contesto scenografico molto spartano e basato quasi esclusivamente sul gioco di luci che colorano lo studio. Luci rosse per domande private, blu per quelle pubbliche. Espedienti finalizzati a concentrare l'attenzione esclusivamente sugli ospiti. L'assenza di orpelli spettacolari serve a non distrarre l'attenzione del pubblico. Per documentare il percorso privato e professionale dei personaggi in studio, vengono mostrate immagini e filmati evocando le vecchie atmosfere de "Il senso della vita" il talk show intimista ideato da Paolo Bonolis.

In quest'ottica, il ciclo di puntate ha evidenziato richiami anche espliciti ad altri talk show della tv generalista, con la novità di una padrona di casa lontana dal genere e quindi più attenta al dialogo e non alle astuzie spettacolari proprie degli altri programmi del settore.

Il programma mutua il titolo dal "contratto" con i telespettatori, che il personaggio ospite firma per suggellare una determinata promessa fatta nel corso dell'intervista.

Nonostante le buone intenzioni, l'appuntamento ha evidenziato una gestione alquanto semplicista rispetto all'universo dei talk show.

Rete: Agon Channel
Genere: Talk Show
Produzione: Francesco Becchetti Comunicazione
Regia: Gianluca Staffa
Autori: Luca Zanforlin
Conduttrice: Sabrina Ferilli
In onda: dal 5 dicembre al 6 febbraio, il venerdì, alle 21,10
Durata: 45'
Ascolti medi: n.p.

Così lontani così vicini



Rete: Rai 1
Genere: Docu-Reality
Produzione: Magnolia
Regia: Franco Bianca
Autori: Cristiano Rinaldi, Matilde D'Errico, AA.VV.
Conduttori: Al Bano e Paola Perego
In onda: dal 13 dicembre al 10 gennaio, il sabato, alle 21,10
Durata: 5x120'
Ascolti medi: 4.113.578 telespettatori; 17.54% share

Unica novità della seconda edizione del docu-reality è Paola Perego che ha sostituito Cristina Parodi accanto ad Al Bano. Lo schema è rimasto inalterato e si ripete, puntualmente per ognuna delle quattro storie raccontate nelle singole puntate settimanali. La presentazione della persona che cerca il ricongiungimento è la fase più interessante perché stimola la curiosità e le emozioni del pubblico. Le modalità con cui si svolgono le indagini, per rintracciare chi si sta cercando e il successivo ricongiungimento, confermano l'intenzione lodevole di aiutare le persone che, a causa di eventi indipendenti dalla loro volontà, sono stati separati dai propri cari.

Ma, nonostante gli sforzi per limitare la retorica, tutto sembra svolgersi come in una soap opera. Le location quasi bucoliche, il montaggio al ralenty, i dialoghi sussurrati, le musiche di sottofondo, le espressioni di partecipazione dei due conduttori, generano un crescendo di commozione.

Traspare però dalle vicende raccontate, un messaggio positivo, più che mai importante in una società che non protegge abbastanza la famiglia: la determinazione dei protagonisti a ritrovare i propri cari e ricomporre il nucleo familiare d'origine. Il ricongiungimento appare determinante per la serenità interiore dei protagonisti.

E' il segno che la famiglia rappresenta un valore primario e ha un significato fondamentale. Dunque va difesa.

Crozza nel paese delle Meraviglie



Battute incisive, intelligenti, basate sempre su un'ironia efficace e strettamente legata all'attualità. Purtroppo le frequenti digressioni che sfociano in volgarità a volte gratuite, penalizzano la credibilità dello show che avrebbe le carte in regola per accreditarsi come un appuntamento all'insegna di un umorismo incisivo.

Maurizio Crozza è un vero e proprio "filosofo della risata": analizza attualità, politica e spettacolo attraverso la lente deformante della sua arguta ironia, mai banale o fine a se stessa, ma dissacrante nel fustigare i costumi.

La forza del programma si apprezza anche nelle parodie dei personaggi credibili, sia per la validità dei testi ai quali collabora egli stesso, sia per la capacità di rappresentarli anche visivamente, grazie a pochi elementi scenografici.

Da Briatore a Salvini, da Massimo Ferrero a Sergio Mattarella passando per il premier Renzi fino alla ineguagliabile caricatura del senatore Razzi, vengono colti gli aspetti più caratteristici, che spesso sfuggono al grande pubblico televisivo.

Crozza, con la sua satira pungente, diventa la coscienza critica di un'Italia infestata dalla corruzione di una casta che continua, inesorabilmente, a bacchettare.

Ma l'umorismo è un distillato di intelligenza, principio al quale, a volte, il comico, sembra disattendere. La lungaggine di alcuni interventi, infatti, mortifica l'efficacia della vis comica.

Rete: LA7
Genere: Intrattenimento
Produzione: Itc Movie, Itv Movie, LA7 S.r.l.
Regia: Massimo Fusi
Autori: Maurizio Crozza, AA.VV.
Conduttore: Maurizio Crozza
In onda: dal 3 ottobre, il venerdì, alle 21,10
Durata: 90'
Ascolti medi: 2.074.000 telespettatori; 7.6% share (fino al 30 aprile)

Cucina con me



Rete: Alice tv
Genere: Intrattenimento
Produzione: LT Multimedia
Regia: Gianni Coi
Autori: Alfonso Stagno, AA.VV.
Conduttori: Valeria Ciardello, Fabio Campoli
In onda: da lunedì 6 ottobre, dal lunedì al venerdì, alle 20.00
Durata: 55'
Ascolti medi: n.p.

Nella fascia preserale Alice tv propone un nuovo programma: si tratta di Cucina con me, i cui volti principali sono Valeria Ciardello e lo chef Fabio Campoli. Dal lunedì al venerdì, i due propongono svariate ricette per realizzare gustose pietanze. Nel corso delle puntate vengono ospitati personaggi del mondo della cultura e dello spettacolo che arricchiscono il programma con confidenze e aneddoti. In un'atmosfera rilassante e golosa, intima e familiare, i telespettatori sono coinvolti in un excursus culinario che va da un capo all'altro dell'Italia.

La trasmissione propone un mix di cucina e intrattenimento: oltre alle preparazioni dello chef, viene data voce anche al pubblico da casa che interviene telefonicamente per scoprire un ingrediente misterioso da indovinare.

Un ingrediente che in realtà proviene dal pubblico stesso: l'inviato Peppe Marici infatti, entra nelle case degli spettatori per scoprire la loro ricetta di famiglia, senza svelarne tutti i componenti. Spetterà quindi a chi telefona completare la lista.

Il cooking show di Alice è diviso in due parti da mezz'ora ciascuna: la prima, con il coinvolgimento del pubblico, la seconda con la conduttrice affiancata dallo chef Ciardello.

Dalla vostra parte



Spin off del talk show Quinta colonna, il programma ne segue le medesime linee con un occhio attento alla più stretta attualità politica. Tra finestre sempre aperte sulle richieste e le proteste dei cittadini, esponenti dei palazzi del potere in studio, domande del conduttore e risposte degli ospiti, si cerca di far chiarezza, per quanto è possibile, su tematiche e problemi sotto i riflettori nel corso della giornata. Oltre la politica, sono di scena anche argomenti di economia, di cronaca nazionale ed estera. Rispetto al talk show madre, Dalla vostra parte evidenzia, in maniera ancora più incisiva, l'impegno a favore della gente comune, grazie anche ai collegamenti sul territorio.

Il programma, in access prime time, si distingue dalle proposte spettacolari, presenti a quell'ora sugli altri canali, e si inserisce nel trend informativo che caratterizza le linee programmatiche della rete.

L'approfondimento quotidiano è accessibile a un pubblico trasversale anche per la semplicità del linguaggio e l'immediatezza della comunicazione. Senza orpelli dialettici, il programma consente ai cittadini comuni di riconoscere, nei problemi affrontati quotidianamente, quelli che li toccano da vicino. La speranza di intravedere una soluzione rappresenta un ulteriore motivo di fidelizzazione del pubblico.

Rete: Rete 4
Genere: Talk Show
Produzione: TG4
Regia: Gabriele Villani
Autori: Mario Giordano, AA.VV.
Conduttore: Paolo del Debbio
In onda: da martedì 3 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 20,30
Durata: 45'
Ascolti medi: 1.268.000 telespettatori; 4,6% share



Rete: Rai 2
Genere: Intrattenimento
Produzione: Endemol
Regia: Enrico Rimoldi
Autori: AA.VV.
Conduttrice: Caterina Balivo
In onda: dall'8 settembre al 30 maggio, dal lunedì al venerdì, alle 14,00, dall'8 febbraio anche il sabato
Durata: 120'
Ascolti medi: 1.050.000 telespettatori; 7.4% share

A Caterina Balivo il merito di aver proposto, nella tv generalista, il factual, genere in voga nei canali del digitale terrestre.

La seconda stagione di Detto Fatto si è arricchita di ospiti e personaggi che, di giorno in giorno, arrivano in trasmissione con l'obiettivo di migliorare il proprio look e mostrare attività operative di facile apprendimento.

Dai parrucchieri, agli stilisti, ai visagisti, senza trascurare gli chef della gastronomia, Detto Fatto appare come un punto di riferimento per persone comuni che desiderano portare all'attenzione del pubblico le proprie capacità operative nel realizzare, in spending review, oggetti utili o decorativi per la casa.

La semplicità e il modo di comunicare della padrona di casa, trasformano il pomeriggio di Rai 2 in un punto d'incontro di differenti realtà e di un quotidiano vissuto quasi sempre tra le mura domestiche.

Proprio per la semplicità e l'atmosfera gioiosa del programma, il gradimento di pubblico in questa seconda edizione è aumentato.

I telespettatori riescono a identificarsi con i protagonisti della trasmissione, persone comuni coinvolte nelle vicende che toccano la loro stessa vita quotidiana.

Con garbo, ma anche con qualche ingenuità disarmante che, a volte, ha determinato episodi di umorismo involontario, Caterina Balivo è riuscita a dare visibilità al factual in una fascia oraria tradizionalmente destinata alle soap opera.



Giovanni Floris si è trasferito con tutta la sua squadra a LA7. Il programma è rimasto quasi immutato, unica differenza con Ballarò, condotto per anni su Ra3, è il nuovo titolo: diMartedì.

Floris si avvale ancora dell'intervento di Maurizio Crozza che apre ogni puntata con la sua copertina satirica. Lo stile del comico è rimasto inalterato. Ma le battute sono diventate più spregiudicate; grazie alla maggiore libertà di cui gode, si è concesso dei "lussi" che precedentemente non gli erano consentiti su Rai 3.

Giovanni Floris, come consuetudine, è attento alla più immediata attualità che rincorre attraverso servizi, inchieste, reportage, discussioni in studio, interviste con gli inquilini del Palazzo.

Il giornalista ha sfruttato al meglio la lunga esperienza professionale proveniente dagli anni trascorsi a confezionare un talk show (Ballarò) che nel corso delle edizioni si è attestato come uno dei programmi punta della terza rete. Una preparazione e un'esperienza sul campo che gli hanno agevolato il trasferimento su LA7.

Da sottolineare che anche diMartedì ha risentito del calo d'ascolti dovuto alla disaffezione del pubblico per il proliferare dei talk show in tv. Ma la continuità, settimana dopo settimana, e la familiarità che il giornalista si è conquistata presso i telespettatori, hanno accreditato diMartedì come un punto di riferimento nell'arco della programmazione generalista.

Rete: LA7
Genere: Talk Show
Produzione: Itv Movie
Regia: Duccio Forzano
Autori: Mercedes Vela Cossio, Lello Fabiani, Raffaella Malaguti, Vicsia Portel
Conduttore: Giovanni Floris
In onda: dal 16 settembre, il martedì, alle 21,10
Durata: 180'
Ascolti medi: 1.060.000 telespettatori; 4.59% share

Dire, fare, baciare



Rete: Real Time
Genere: Docu-Reality
Produzione: Endemol
Regia: Angelo Vitale
Autori: Ilenia Ferrari, Elaine Henri
Conduttrice: Carla Gozzi
In onda: da sabato 21 febbraio, il sabato, alle 12,20
Durata: 23'
Ascolti medi: 265.000 telespettatori; 1.4% share

L'obiettivo del programma è di insegnare ai giovani la bellezza naturale. Carla Gozzi, in compagnia di una virtuale esperta di look che si esprime attraverso una voce sintetica, presenta ragazzi e ragazze appesantiti da un modo di vestire e di truccarsi che ne stravolge non solo l'aspetto fisico, ma anche la stessa personalità.

Quando i partecipanti si presentano dinanzi a Pod, l'esperta di costume, vengono sottoposti a un vero e proprio interrogatorio sui motivi per i quali hanno scelto un abbigliamento così vistoso e aggressivo. Inoltre la macchina esaminatrice presenta a ognuno dei partecipanti un sondaggio fatto su coetanei che ne deve valutare il look prima e dopo la metamorfosi. Ovviamente le opinioni sono differenti, e quando il cambiamento è avvenuto, i giovani appaiono quasi più "umanizzati" e sono accettati.

Il programma è un invito ad aver cura della propria bellezza, a non travisarla attraverso trucchi aggressivi e abbigliamento spesso persino volgari e grossolani, e a valorizzare la propria unicità come persona. I ragazzi imparano il gusto del bello e della semplicità e viene loro insegnato un approccio molto più familiare verso i propri coetanei. È un'educazione alla sobrietà, che viene realizzata con gusto e ironia, grazie anche ad una conduzione mai sopra le righe.

Dolci dopo il tiggì



Il titolo evoca la nota canzone arborea "Vengo dopo il Tiggì" per la collocazione oraria. Novità dell'autunno 2014, Dolci dopo il Tiggì è lo spin del programma La prova del cuoco, ed è dedicato alle preparazioni da forno. Un talent show con pasticciere non professionisti e con gare che si svolgono in un'atmosfera di serena e familiare competizione grazie anche alla presenza rassicurante di Antonella Clerici. Il valore aggiunto del cake show è l'importanza data ai singoli partecipanti e alle storie personali raccontate tra un impasto e l'altro ma sempre nel rispetto dei protagonisti e del loro percorso personale.

Il clima di cordialità e di simpatica leggerezza che si respira, unito alla bontà delle preparazioni e ai colori vivaci rassicuranti dello studio, ne fanno un appuntamento per famiglie.

Il programma si inserisce nel più generale trend dei "Pasticciere in tv" che, in un periodo di grande incertezza e crisi economica, ha moltiplicato gli appuntamenti dedicati ai dolci, assegnando loro un più ampio significato. Rappresentano, infatti, quasi un'oasi felice in cui il pubblico adulto si ritrova accomunato da un unico desiderio: ritrovare la golosità infantile e magari i "dolci" ricordi associati al passato. Così, anche una torta particolarmente amata nell'infanzia, come la madeleine proustiana, riesce a evocare le gioie del tempo perduto e ritrovato.

Rete: Rai 1
Genere: Talent Show
Produzione: Rai 1-Endemol
Regia: Simonetta Tavanti
Autori: AA.VV.
Conduttrice: Antonella Clerici
In onda: dall'8 settembre al 20 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 14,05
Durata: 131x35'
Ascolti medi: 1.833.000 telespettatori; 10.94% share



Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai
Regia: Giuliana Baroncelli
Autori: Paola Perego, AA.VV.
Conduttori: Pino Insegno, Paola Perego
In onda: dal 5 ottobre, la domenica, alle 16,30
Durata: 120'
Ascolti medi: 2.266.140 telespettatori; 13.97% share (fino al 30 aprile)

Il raddoppio dei conduttori, nel contenitore festivo di Rai 1, non ha evidenziato grandi novità e non è riuscito a riportare lo storico programma ai livelli qualitativi del passato. Pur conservando le caratteristiche della tradizione familiare ha, più volte, accusato alcune cadute di stile. Si sono visti, infatti, momenti poco edificanti all'insegna del cattivo gusto con la trattazione di argomenti non idonei al pomeriggio festivo e con interviste dai toni fin troppo esagitati.

La Perego e Insegno hanno cercato di orientare i vari segmenti spettacolari verso atmosfere comprese tra il varietà, il talk show e il salotto pomeridiano festivo senza trascurare problemi legati all'attualità. Per differenziare ulteriormente i contenuti, nel tentativo di catturare anche il pubblico giovanile, è stato proposto il talent show "Ancora volare" con le vecchie stelle canore del passato e i giovani provenienti dai talent moderni. La vittoria in coppia di Rosanna Fratello e Nick Casciaro ha sottolineato l'intenzione di compendiare, dal punto di vista musicale, in una sola proposta, una sintesi generazionale.

Insomma, si è avuta la sensazione che, talvolta, più che alla qualità dei contenuti, si mirasse a "miscelare gli ingredienti spettacolari" in modo da sollecitare la curiosità del pubblico.

Si è voluta presentare una proposta onnicomprensiva che, però, non è riuscita a crearsi una propria e originale identità.



Il documentario, realizzato con tecnica cinematografica e con rigore scientifico, racconta uno dei maggiori monumenti dell'antichità. Si sono resi così visibili al pubblico televisivo ambienti maestosi, di spettacolare bellezza e suggestione, chiusi dal 2006 per lavori di restauro.

Le telecamere hanno filmato con tecniche di avanguardia la struttura architettonica, gli ambienti e gli affreschi. Si è fatto rivivere, attraverso le immagini, il monumento simbolo della "grandeur" di Nerone e di un'epoca, quella imperiale, che ha affascinato, nel corso dei secoli, chi ha avuto la possibilità di visitarlo, compresi artisti come Pinturicchio e Raffaello.

Le riprese sono articolate su differenti linee narrative che partono dalla costruzione del complesso monumentale e arrivano fino alla sua decadenza. Continuano, poi, con la riscoperta e la sua valorizzazione, nella storia dell'arte, fino agli ultimi interventi di restauro.

In una visione corale si fondono le testimonianze di storici dell'arte, fisici, architetti e ingegneri, a conferma che la cultura è onnicomprensiva, mai segmentata. Solo attraverso l'integrazione delle varie discipline umanistiche e scientifiche ci si può avvicinare a un'eccellenza monumentale come la Domus Aurea. Il documentario lo ha ampiamente dimostrato.

Rete: Sky Arte HD
Genere: Cultura
Produzione: Ballandi/Arts, Sky Arte HD
Regia: Luca Granato
Autori: Ilaria Macchia
In onda: sabato 1 novembre, alle 21,10
Durata: 53'
Ascolti medi: n.p.



Rete: Rai 3
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Annalisa Pullara
Autori: Michele Mirabella, AA. VV.
Conduttori: Michele Mirabella, Virginie Vassart
In onda: dal 22 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 11,00
Durata: 30'
Ascolti medi: 409.704 telespettatori; 6.32% share (fino al 30 aprile)

La divulgazione medico-scientifica viene presentata in una dimensione semplice e accessibile a tutti. Un appuntamento quotidiano con i problemi della salute che vengono affrontati con l'ausilio di esperti e docenti clinici dei vari settori. Il pregio del programma è riuscire a occuparsi di patologie mediche, anche serie, in maniera mai angosciante, ma sempre rassicurante e propositiva.

Nel corso delle puntate vengono forniti consigli e indicazioni utili sottolineando quanto sia importante la prevenzione. Le atmosfere evocano quelle del vecchio medico di famiglia che instaura un rapporto di fiducia con i propri pazienti e li guida a una consapevole gestione della propria salute. Mirabella ha accreditato il proprio "ambulatorio" anche come punto di riferimento per gli ultimi aggiornamenti nel settore medico-scientifico.

Accanto a lui, novità di quest'anno, la giovane partner Virginie Vassart. Nel variegato panorama televisivo dei programmi dedicati al benessere fisico, Elisir si distingue per il rigore professionale con cui sono affrontati gli argomenti proposti.

L'obiettivo è un invito a prendersi cura del proprio corpo cercando di essere anche in armonia con se stessi. Una buona dose di ottimismo, in un settore che può destare ansie e preoccupazioni, fa da contorno a un appuntamento divenuto un riferimento nel day time di Rai 3.



Il programma ha la pretesa di rappresentare le reazioni e le emozioni delle persone comuni dinanzi a situazioni singolari, perché inaspettate e imprevedibili. Un vero e proprio esperimento antropologico, con la collaborazione di complici che concorrono a coinvolgere semplici cittadini per poi valutarne le reazioni.

Se un bambino chiede a un signore anziano di aprirgli una bottiglia di birra, la risposta è decisamente negativa. Ma se un barbone che non mangia da giorni, chiede un aiuto, lo riceve solo da chi condivide la sua stessa povertà e non da persone visibilmente benestanti.

Il tentativo di proporre immagini senza retorica per studiare la reazione di persone riprese dalle telecamere, a loro insaputa, è solo in parte riuscito. Il programma si è rivelato abbastanza superficiale: si limita a una sorta di candid camera con complici protagonisti delle varie situazioni. Inoltre si sofferma solo superficialmente sulle motivazioni effettive che hanno spinto le persone coinvolte a reagire in quel determinato modo. Manca, cioè, ogni riferimento di tipo psico-sociologico che avrebbe richiesto anche l'intervento di qualificati esperti del settore.

Il tutto rimane nell'ambito delle ridondanti e già scontate candid camera, senza l'apporto di alcuna novità.

Rete: Italia 1
Genere: Docu-Reality
Produzione: Giorgio Guerra
Regia: Michele Mally
Autori: Carlo Gorla, Marcello Vinonuovo
In onda: da lunedì 9 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 19,00
Durata: 30'
Ascolti medi: 630.000 telespettatori; 3.58% share

Festival di Sanremo 2015



Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai
Regia: Maurizio Pagnussat
Autori: Carlo Conti, AA.VV.
Conduttori: Carlo Conti, Arisa, Emma Marrone, Rocío Muñoz Morales
In onda: da martedì 10 a sabato 14 febbraio, alle 20,30
Durata: 5x240'
Ascolti medi: 10.837.000 telespettatori; 48,64% share

La restaurazione della "normalità" sul palcoscenico del teatro Ariston avvenuta, grazie a Carlo Conti, rispettando la consolidata tradizione Sanremese nell'ottica della nuova realtà cross-mediale. Sobbrietà ed eleganza sono state le linee guida delle cinque serate gestite con padronanza e con l'intento di riportare il festival ai valori del passato. Conti ha restituito alla famiglia un ruolo primario, accogliendo sul palcoscenico il nucleo familiare più numeroso d'Italia, i due coniugi sposati da 65 anni e il giovane Sammy Basso affetto da invecchiamento precoce accompagnato dai genitori. Il continuo riferimento alla sua stessa famiglia e al figlio ha celebrato i buoni sentimenti. Nel perfetto ed equilibrato dosaggio degli ingredienti spettacolari, si è privilegiata la buona qualità della musica, avendo cura che gli ospiti potessero coinvolgere il pubblico più trasversale grazie alle presenze di Al Bano e Romina e di giovani star internazionali. Sono state toccate senza retorica le principali corde emozionali del pubblico attraverso spaccati di vita reale come sport, scienza, malattia, attualità, solidarietà. Stemperate le polemiche su alcune presenze inconsuete per Rai 1, si evidenziano però leggere cadute di stile che si sono avverate in qualche intervento dei comici. Nel clima di ritrovata normalità si inserisce la vittoria de Il Volo, tre ventenni che rappresentano il nuovo "miracolo italiano", la conferma di una gioventù operosa riuscita ad affermarsi oltre i confini nazionali.

Forte Forte Forte



Il talent show avrebbe dovuto rappresentare un'innovazione dei tradizionali contenuti di un genere molto presente sulla tv generalista. Ma, ad un allestimento scenografico estremamente ricercato non corrisponde una convincente messa in scena. Le atmosfere del talent, infatti, sono apparse poco stimolanti, spesso persino fredde. Nonostante le indubbie capacità professionali della Carrà, non è stato completamente raggiunto il merito obiettivo di connotare, in maniera più propositiva, uno show che cercava giovani talenti in grado di cantare, recitare e intrattenere il pubblico.

Gli sforzi di Rai 1, per conferire alla gara tra giovani appeal e interesse, non sono riusciti ad imprimere allo show il quid indispensabile che fa breccia nel cuore del telespettatore e lo fidelizza sullo specifico programma.

Accanto alla Carrà, cuore pulsante e ideatrice del progetto, una giuria internazionale che, nonostante valutazioni accurate e basate sulla meritocrazia, non si è completamente inserita nello spirito dello show.

Da registrare, inoltre, alcune cadute di stile che, per il pubblico generalista di Rai 1, molto attento ai valori tradizionali, non sono passate inosservate. Insomma l'internazionalità che si voleva conferire ad uno show tutto italiano è rimasta invece confinata negli stretti ambiti di una gara ispirata ai consueti talent show.

Rete: Rai 1
Genere: Talent Show
Produzione: Rai 1 e Ballandi Multimedia
Regia: Sergio Iapino
Autori: Raffaella Carrà, Sergio Iapino, AA.VV.
Conduttore: Ivan Olita
In onda: dal 16 gennaio al 13 marzo, il venerdì, alle 21,15
Durata: 8x150'
Ascolti medi: 3.014.559 telespettatori; 13,18% share

Forum e Lo sportello di Forum



Rete: Canale 5 e Rete 4
Genere: Intrattenimento
Produzione: RTI e Corima
Regia: Marco Spagliardi, Barbara di Lieto, Massimiliano Papi
Autori: AA.VV.
Conduttrice: Barbara Palombelli
In onda: Forum: dall'8 settembre, dal lunedì al venerdì alle 11,00 su Canale 5 e Lo sportello di Forum, dal lunedì al sabato, alle 14,00 su Rete 4
Durata: 120' Forum, 90' Lo sportello di Forum
Ascolti medi: 1.442.000 telespettatori; 16.78% share (fino al 30 aprile)

La presenza di Barbara Palombelli è, per il secondo anno, il filo conduttore del Tribunale di Canale 5 e Rete 4. Forum, infatti, ha mantenuto la doppia collocazione sulle due reti Mediaset. Il programma si avvale di una formula consolidata: comporre nel modo più ragionevole, controversie che riguardano questioni familiari, condominiali, liti, incomprensioni, contenziosi vari. Giudici, che si alternano di causa in causa, emettono vere e proprie sentenze dopo che il pubblico, in studio ha discusso ampiamente il caso. Non sempre l'opinione dei presenti coincide con la sentenza del giudice.

Programma tra i più longevi dell'azienda commerciale, Forum riesce a coinvolgere l'attenzione dei telespettatori stimolando la curiosità. Infatti, pur nella virtualità del tribunale, è in grado di dirimere casi nazionali popolari nei quali i telespettatori possono riconoscere, per affinità, vicende reali loro accadute.

L'indugiare, però, su casi trash e su vicende discutibili non adatte alla trattazione pomeridiana per la presenza dinanzi alla tv di minori, rappresenta un limite che ne sminuisce il valore. Le concessioni al facile voyeurismo, la presenza in studio di personaggi sopra le righe, casi spesso scabrosi, evidenziano la ricerca del facile consenso in un pomeriggio televisivo affollato di proposte alternative.

Gazebo



Nato in seconda serata, grazie al gradimento del pubblico, Gazebo è stato promosso in prime time per alcuni appuntamenti speciali.

Diego Bianchi, in arte Zoro, punta l'attenzione sull'attualità politica del Paese, documentandola con la sua telecamera a mano, coadiuvato da una squadra di comprimari composta dall'autore Andrea Salerno, i giornalisti Marco Damilano e David Allegranti, il vignettista Makkox e il tassista Mirko Matteucci, che testa le opinioni della gente comune. Il programma riflette sull'attualità politica e sociale osservata sotto un'angolazione meno tradizionale e più innovativa. In particolare, mette a nudo, con ironia, le contraddizioni dell'informazione mainstream fossilizzata in schemi obsoleti. In quest'ottica, grande importanza viene data ai social network, soprattutto a Twitter, che danno lo spunto per osservazioni puntuali e a volte anche ironiche. Gazebo si sforza di cercare la notizia al di fuori dei luoghi "istituzionali" della politica e della cronaca. Spesso riesce a intuire e anticipare realtà che sfuggono o vengono rilevate in ritardo dall'informazione vecchia maniera. Altro aspetto interessante è l'attenzione alle periferie che Zoro rende protagoniste in molte occasioni analizzandone le problematiche. Da segnalare la scelta linguistica: moderna e mai volgare, nemmeno nella collocazione originaria della seconda serata. Curata anche la selezione musicale proposta dall'orchestra in studio.

Rete: Rai 3
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai
Regia: Igor Skofic
Autori: Diego Bianchi, Marco D'Ambrosio, Andrea Salerno, Antonio Sofi
Conduttore: Diego Bianchi
In onda: ciclicamente in prima serata
Durata: 120'
Ascolti medi: n.p.



Rete: Rai 3
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Michelangelo Pepe
Autori: Marco Castellazzi, Rosario Cutolo, Caterina Manganella, Vittorio Papi, Sveva Sagramola, Flavia Scollica
Conduttori: Sveva Sagramola, Emanuele Biggi
In onda: da lunedì 22 settembre a venerdì 22 maggio, dal lunedì al venerdì, alle 16,40
Durata: 180x120'
Ascolti medi: 1.213.635 telespettatori; 9.04% share

Affidabili e familiari, i due conduttori entrano ogni pomeriggio nelle case degli italiani per raccontare la natura, la scienza e il grande mondo degli animali. Ma c'è spazio anche per tutti gli altri aspetti della divulgazione, dalle ricette culinarie ai consigli per il benessere e per la salute. La forza del contenitore è rappresentata, però, dai documentari, tra i migliori esistenti sul mercato televisivo per qualità delle immagini, delle riprese e per la suggestione dei paesaggi e dei contenuti. La vita delle diverse specie animali colta negli aspetti singolari, in relazione all'ambiente in cui vivono, è corredata da un insieme di curiosità e di approfondimenti. Cultura italiana e internazionale, studio del clima e della flora, usi e costumi di popoli lontani vengono descritti e presentati con linguaggio semplice ma esaustivo accessibile a un pubblico trasversale che comprende anche bambini e studenti. L'esposizione chiara e l'interesse dei filmati, infatti, consentono alla parte documentaristica di diventare una sorta di enciclopedia per immagini alla quale attingere nozioni, curiosità, informazioni. Nell'edizione di quest'anno si è data molta importanza anche all'attualità con esperti in studio che commentano e aggiornano il pubblico su tutto quanto accade nel mondo globalizzato di oggi. Il programma, collocato nel day time pomeridiano, rappresenta una valida alternativa ai contenitori futili e chiassosi in onda a quell'ora sulle altre reti.



Le telecamere di Mtv seguono un gruppo di atlete che si allenano al Centro Tecnico Federale Guglielmetti di Milano, divenuta Accademia di Ginnastica. Il programma documenta i sacrifici, le difficoltà, gli sforzi compiuti da giovanissime ragazze e dai colleghi della squadra maschile, per raggiungere un obiettivo agonistico sempre più alto. I protagonisti della serie si dividono tra palestra e scuola, conciliando gli impegni didattici e i consueti problemi adolescenziali con i duri allenamenti di preparazione alle gare. Le campionesse di Ginnaste vivono lontano dalle famiglie e dai loro affetti. Cercano, così, di compensare questa mancanza stabilendo tra di loro un forte legame di sostegno, solidarietà, condivisione di sogni, aspettative ed esperienze sportive. Le numerose rinunce, l'impegno continuo, la perseveranza, il forte senso di responsabilità, le rendono un valido modello per i coetanei, seppure con le debolezze, gli errori e i dubbi tipici della loro età. Un esempio certamente positivo per il pubblico giovane, target di riferimento di Mtv, rete solitamente affollata di reality, per niente educativi, con protagonisti ragazzi muscolosi, diventati popolari solo attraverso relazioni amorose, litigi e volgarità di ogni sorta.

Rete: Mtv
Genere: Docu-Reality
Produzione: Freemantle Italia
Regia: Sara Ristori
Autori: Carlo Altinier, Stefania Colletta, Antonella Vincenzi
In onda: dal 16 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 16,00
Durata: 25'
Ascolti medi: n.p.

Hair

Sfida all'ultimo taglio



Rete: Real Time
Genere: Talent Show
Produzione: Magnolia per Discovery Italia
Regia: Giuseppe Bianchi
Autori: Costantino della Gherardesca, Cristiano Rinaldi, Stefano Martinelli, Paolo Quilici
Conduttore: Costantino della Gherardesca
In onda: dal 29 marzo al 3 maggio, la domenica, alle 21,10
Durata: 6x60'
Ascolti medi: 411.000 telespettatori; 1.5% share (fino al 30 aprile)

Il talent show ha individuato il miglior parrucchiere amatoriale d'Italia attraverso sfide di abilità giudicate da due eccellenze del mondo dell'hair styling: Charity Cheah, co-fondatrice in Italia della catena Toni&Guy, e Adalberto Vanoni, direttore artistico di Aldo Coppola. In palio un contratto di lavoro alla Toni&Guy.

In ogni puntata i concorrenti hanno sostenuto tre prove diverse, per superare le quali è stato necessario mostrare tutto il proprio talento. Un prodotto televisivo, dunque, estremamente meritocratico, che fa leva su qualità positive, quali inventiva e creatività, oltre alla manualità e alla conoscenza delle tecniche del mestiere. Alla terza esperienza, dopo Pechino Express e Boss in incognito, Costantino della Gherardesca è apparso più maturo e consapevole, in grado di conferire leggerezza e ironia alla conduzione dello show. Il talent è risultato gradevole e divertente, grazie anche ad alcuni commenti pungenti, ma mai offensivi, del conduttore nei riguardi dei partecipanti.

I giudici hanno assolto il loro incarico con la professionalità e la legittima severità che ci si aspetta dal responsabile di un salone di bellezza. Sempre pronti a dispensare consigli, hanno garantito agli aspiranti professionisti del capello un clima di sana competizione nel quale ognuno ha cercato di far emergere le proprie capacità.

I colori dell'amore



Il programma è il trionfo dell'amore e del legami di coppia celebrato in tutte le sfaccettature e in tutte le "colorazioni" possibili. Presenta la realtà positiva e propositiva delle coppie miste che vivono anche in Italia e rappresentano una realtà ineludibile della società moderna.

Le vicende raccontano sentimenti molto intensi rimasti inalterati nel corso degli anni, anzi, addirittura consolidati nella simbiosi di coppia che unisce i coniugi e fa superare tutte le diversità culturali, religiose, sociali.

Italiani che sposano cinesi, giapponesi, africani, messicani e viceversa: l'amore globale senza confini né barriere è espressione di un vincolo gioioso e gratificante, costruito su solide basi di comprensione e di affetto reciproco.

I protagonisti raccontano le proprie esperienze con l'obiettivo di mostrare al pubblico la validità della famiglia anche nella sua accezione interraziale. L'attenzione viene concentrata inoltre anche sui rapporti dei coniugi con le rispettive famiglie d'origine. Si riesce così a comprendere che l'integrazione va al di là dei rapporti di coppia a conferma della possibilità di una convivenza serena tra le componenti di etnie diverse.

Un'operazione indubbiamente positiva che riconcilia i telespettatori con i veri valori della vita e della famiglia.

Rete: Real Time
Genere: Docu-Reality
Produzione: Magnolia
Regia: n. p.
Autori: AA.VV.
Interpreti: interpreti vari
In onda: dall'8 febbraio, la domenica, alle 21,10
Durata: 60'
Ascolti medi: 325.000 telespettatori; 1.2% share

I dieci comandamenti



Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento Cultura
Produzione: Melampo Cinematografica, Arcobaleno tre
Regia: Stefano Vicario
Autori: Roberto Benigni e vari consulenti
Conduttore: Roberto Benigni
In onda: lunedì 15 e martedì 16 dicembre, alle 21,10
Durata: 2x120'
Ascolti medi: 9.685.000 telespettatori; 35.77% share

Linguaggio semplice, accurata ricerca storica e biblica, esposizione divulgativa e una pregevole nazional popolarità hanno caratterizzato le due serate dedicate da Rai 1 alla esegesi dei dieci comandamenti. Protagonista un convincente Roberto Benigni che, legando il passato al presente e l'antichità alla modernità, ha riconosciuto alle dieci leggi un significato che travalica le epoche e le pone come eterne. Benigni ha messo in scena la rivalutazione dei sentimenti perduti, la riscoperta delle leggi dell'anima che garantiscono pace e fratellanza in un mondo scosso da guerre nelle quali si uccide in nome di Dio.

Il tutto è stato esaltato da due serate che, senza interruzioni pubblicitarie, hanno avvicinato il pubblico ai dieci comandamenti sdoganandoli dalle lezioni di catechismo e proiettandoli all'attenzione nazionale.

Un programma trans-generazionale, esempio di divulgazione religiosa anche se, nella seconda puntata, è emerso il vecchio e mai sopito spirito caustico di Benigni con qualche leggera caduta di stile. Ma, parlare di Dio e dei comandamenti con l'approccio familiare e coinvolgente del Premio Oscar, è un evento per la prima serata di Rai 1 che si conclude alle 23 nel pieno rispetto anche dei minori.

In una tv frettolosa e frivola, l'unica presenza di Benigni sul palcoscenico evoca un piccolo schermo fatto di contenuti che, se ci sono funzionari di buona volontà, è ancora possibile realizzare.

I fatti vostri



E' l'agorà della gente comune, la piazza mediatica nella quale il conduttore accoglie ospiti che, attraverso le proprie testimonianze, documentano le più varie esperienze di vita. Il tono familiare e le capacità del conduttore nell'aiutare l'ospite ad esprimersi con chiarezza, avvicinano il programma alla più ampia fascia di telespettatori. La presenza di giochi e di ampi spazi dedicati alla discussione con ospiti in studio, accrescono l'appeal dell'appuntamento quotidiano.

Il gradimento della formula è assicurato anche da un alternarsi di rubriche dedicate a molteplici tematiche che spaziano su vari argomenti, incluso l'oroscopo del giorno, al quale, però, si dà spesso troppo spazio.

Di sicuro interesse è la presenza in studio, ogni settimana del nutrizionista che suggerisce le giuste indicazioni per un'alimentazione all'insegna del benessere e della tutela della salute. Viene così proposta una "guida culinaria" priva degli eccessi presenti nei programmi dedicati al cibo.

Insomma una piazza senza inutili spettacolarizzazioni in cui ci si confronta sulla vita quotidiana con un approccio semplice e immediato.

Il rispetto per i telespettatori e l'assoluta mancanza di ogni forma di volgarità, sia nel linguaggio che nella gestione degli argomenti, rendono il programma accessibile al pubblico più trasversale.

Rete: Rai 2
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai 2
Regia: Michele Guardì
Autori: Michele Guardì, Giovanna Flora, Rory Zamponi
Conduttore: Giancarlo Magalli
In onda: dall'8 settembre al 22 maggio, da lunedì al venerdì, alle 11,00
Durata: 195x120'
Ascolti medi: 851.961 telespettatori; 9.59% share

I re della griglia



Rete: DMAX
Genere: Talent Show
Produzione: Toro Produzioni
Regia: Nicola Prosatore
Autori: Paola Papa, Marco Todesco, Alessandra Tomaselli, Roberta Quinzi
Conduttori: Chef Rubio, Paolo Parisi, Cristiano Tomei
In onda: dal 27 ottobre al 1 dicembre, il lunedì, alle 21,10
Durata: 6x60'
Ascolti medi: 453.000 spettatori; 1.5% share

I re della griglia è il primo cooking show made in Italy dedicato all'arte della griglia e del barbecue. Nove concorrenti si sfidano settimanalmente per contendersi la vittoria finale che prevede la realizzazione di un libro di ricette e la partecipazione ai mondiali di barbecue. Palcoscenico della competizione la Cascina Calcaterra, poco fuori Milano. Qui i tre giudici Chef Rubio, l'allevatore creativo Paolo Parisi e Cristiano Tomei valutano le prove degli aspiranti grillatori basate principalmente sulla carne da cucinare. Il programma è realizzato in maniera più semplice rispetto ad altri sofisticati cooking show, ambientati in eleganti studi televisivi. La scelta di una cascina come location ben si sposa con la genuinità campagnola di una grigliata, momento e occasione di aggregazione tra amici e in famiglia.

L'atmosfera semplice che si respira mostra uno stile di vita quasi da old country in cui la spontaneità e il rispetto sono valori fondamentali.

Gli stessi giudici badano solamente al risultato finale presentato dai concorrenti, valutato sempre con molta oggettività e con un linguaggio semplice e diretto. Niente orpelli, solo il valore essenziale della gara che richiama ai valori veri della routine quotidiana.

I re della griglia abbraccia un pubblico eterogeneo, si pone come talent al di fuori degli schemi consolidati, punta dritto all'obiettivo senza perdersi nei meandri della spettacolarizzazione televisiva.

Il banco dei pugni



L'American Jewelry and Loan è il più grande banco dei pegni di Detroit. Il proprietario Leslie Gold, aiutato dai figli Seth e Ashley, tratta ogni giorno la vendita e l'acquisto di oggetti di valore con i clienti. L'accordo spesso non viene raggiunto, e non è raro assistere a litigi con impropri e volgarità di ogni sorta. In molti casi la situazione degenera al punto da richiedere l'intervento delle forze dell'ordine. Discutibili i rapporti tra i membri della famiglia: padre e figli sono protagonisti di continui diverbi la cui conseguenza è un rancore che sedimenta e si amplifica. I due fratelli, Seth e Ashley, infatti, sono in competizione nella gestione dell'attività, ma raramente il padre Leslie ne apprezza l'operato, ritenendoli inadatti a quel tipo di attività commerciale. E' un esempio assolutamente non edificante che mortifica l'autostima con conseguenze deleterie sui rapporti interfamiliari. Il programma è l'affresco, quasi balzachiano, di una fascia di cittadini americani in gravi difficoltà economiche che arriva a impegnare anche i ricordi di famiglia per ottenere in cambio pochi dollari. Ma è anche il trionfo del Denaro, idolo al quale vengono sacrificati tutti i sani sentimenti e i valori affettivi. Persino i rapporti tra padre e figli vengono compromessi dall'ossessiva e smodata ricerca del profitto e dell'interesse economico. In una società come l'attuale, provata dai medesimi problemi economici, il programma è decisamente un esempio di cattiva tv.

Rete: DMAX
Genere: Docu-Reality
Produzione: Richard Dominick Production, RDF USA/Zodiak USA
Regia: Anthony Mastanduno, Ken Snow
Autori: Richard Dominick
Conduttore: non previsto
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al venerdì, alle 14,10 e alle 19,30, il sabato alle 20,20
Durata: 25'
Ascolti medi: n.p.

Il club delle cuoche



Rete: Alice tv
Genere: Intrattenimento
Produzione: LT Multimedia
Regia: Francesco Lofino
Autore: Luisanna Messeri
Conduttrice: Luisanna Messeri
In onda: durante tutta la stagione, tutti i giorni alle 14,00
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

Food comedy gastronomica ambientata nel casale toscano della Messeri, Il club delle cuoche presta particolare attenzione alle ricette della tradizione italiana. La bravura ai fornelli della padrona di casa è esaltata dall'ambiente rilassato e familiare molto differente dalle atmosfere frenetiche e gridate dei cooking show presenti sugli altri canali.

Il fascino del programma consiste nella constatazione che la "cucina" della Messeri, intesa come luogo della casa, finisce per diventare il ritrovo di un gruppo di amiche passioniste alla "cucina" in senso gastronomico. Le immagini evocano la semplicità delle casalinghe di un tempo che, intente a preparare pietanze, amavano svelare alle amiche aneddoti personali o legati alla vecchia tradizione contadina.

Il coinvolgimento che ne deriva è gioioso perché legato al comune amore per il buon cibo, sano e genuino considerato come elemento aggregante e conviviale. Non a caso Luisanna Messeri gestisce un podere con competenza e attenzione alla qualità dei prodotti.

Ne Il club delle cuoche sono presenti anche i bambini: protagonista insieme alla Messeri è la nipotina che impara dalla nonna ad amare e rispettare il cibo, a preparare piatti e manicaretti gustosi. La presenza di due generazioni ai fornelli simboleggia l'importanza dei nonni e la complicità che si crea tra loro e i nipotini anche ai fornelli.

Il contadino cerca moglie



Otto contadini, dal fisico palestrato, somiglianti più a modelli che a coltivatori, cercano un'eventuale compagna per mettere su famiglia. In atmosfere bucoliche, sospese in una dimensione apparentemente idilliaca, tra animali da allevare e lavoro nei campi, gli otto super sexy aspiranti mariti, si sono presentati raccontando la propria storia personale e hanno lanciato un accorato appello al pubblico femminile invitandolo a condividere le loro aspirazioni. Promettono una sistemazione con eventuale matrimonio, una esistenza tranquilla al di fuori della caotica realtà urbana e soprattutto tanto amore. Allo speciale andato in onda seguiranno nove puntate del reality vero e proprio nell'autunno 2015. Già dalle prime immagini, il programma ha mostrato il proprio obiettivo: con la falsa e ingannevole prospettiva del contadino poco avvezzo alla vita di città, si finisce sempre per accreditare il solito reality all'insegna dei consueti e superficiali stereotipi: bellezza, muscoli e desiderio di un rapporto sentimentale cercato attraverso il mezzo televisivo. Cambia l'ambientazione: dal chiuso degli studi ci si trasferisce in aperta campagna dove il vero lavoro dei campi resta, però, ai margini. Un programma che mortifica i veri sentimenti e le relazioni affettive ed esalta la campagna solo da un punto di vista oleografico.

Rete: Fox Life
Genere: Reality Show
Produzione: Freemantle
Regia: registi vari
Autori: AA.VV.
Conduttrice: Simona Ventura
In onda: martedì 14 aprile, alle 21,00
Durata: 1x60'
Ascolti medi: 72.000 telespettatori; 0,25% share

Il mondo insieme



Rete: Tv2000
Genere: Intrattenimento Cultura
Produzione: Rete blu Spa
Regia: Alessandro Renna, Luca Chinello
Autori: Giuseppe Pinetti, Alessandro Antonino
Conduttrice: Licia Colò
In onda: dal 7 dicembre al 26 aprile, la domenica, alle 15,15
Durata: 21x265'
Ascolti medi: 220.000 telespettatori; 1.31% share

Il contenitore dedicato ai viaggi rappresenta un'oasi di serenità nel quadro della moderna tv frettolosa e incalzante. Licia Colò trasporta il pubblico in una tv senza tempo, attenta solo alle esigenze dei telespettatori. Un modo che abdica alle ossessive presenze di volti noti e Vip i quali, col pretesto di raccontare le proprie mete turistiche preferite, sono interessati solo a promuovere i propri progetti professionali. A Il mondo insieme, in sintonia con lo spirito della tv cattolica, protagoniste sono le persone comuni che hanno storie personali da raccontare. Licia Colò le contatta in ogni angolo del mondo grazie alle moderne tecnologie e al web sul quale il programma mantiene sempre una finestra aperta. I viaggi, dunque, non sono più fine a se stessi, non più una semplice passione, ma diventano il mezzo per incontrare il "prossimo" e ascoltarne le esperienze nelle quali ci si può senza dubbio riconoscere. La presenza, in una puntata, di un giovane non vedente che stava girando il mondo da solo, munito esclusivamente di un bastone e di telefono cellulare, ha fornito un messaggio di grande valore umano e spirituale: il mondo si può vedere anche attraverso gli occhi del cuore. Oltre quattro ore di trasmissione scorrono in un'atmosfera di distensione, in un tempo dilatato nel quale gli ospiti hanno la possibilità di esprimersi al meglio.

Il nostro piccolo grande amore



Bill e Jen sono due giovani sposi. Neonatologa lei, uomo d'affari lui, hanno una caratteristica che li distingue: sono affetti da nanismo, alti rispettivamente 96 e 122 centimetri. Le telecamere li seguono mentre si dividono tra impegni professionali e vita quotidiana. Una vita apparentemente normale ma in realtà piena di difficoltà, come ad esempio salire a bordo di un'auto o trovare un paio di scarpe con un numero da bambino ma a forma di adulto. I loro sogni sono semplici: una cucina su misura in cui poter prendere una pentola dai fornelli senza rischiare di scottarsi ogni volta. Armati di sorriso e rara ironia, i due protagonisti affrontano un'esistenza complicata. Il pubblico li segue con affettuosa partecipazione. La forza e il coraggio dimostrati nel corso delle sei stagioni, durante le quali hanno combattuto anche contro la malattia, costituiscono un confortante messaggio di speranza. Un invito a non smettere mai di lottare, a cui si aggiunge l'esempio positivo di una storia d'amore edificante e all'insegna del rispetto reciproco. I due protagonisti si sostengono a vicenda e credono in una vita familiare che difendono strenuamente trovando conforto alle avversità proprio nel loro forte legame d'amore.

Rete: Real Time
Genere: Docu-Reality
Produzione: LMNO Productions
Regia: AA.VV.
Autori: AA. VV.
Interpreti: Bill Klein, Jennifer Arnold
In onda: dal 15 marzo al 12 aprile, la domenica, alle 22,05
Durata: 20x22'
Ascolti medi: 605.000 telespettatori; 3.5% share

Il più grande pasticciere



Rete: Rai 2
Genere: Talent Show
Produzione: Rai 2-Toro produzioni
Regia: Piergiorgio Camilli
Autori: Pasquale Romano, Ettore Paternò Del Toscano, AA.VV.
Conduttrice: Caterina Balivo
In onda: dal 25 novembre al 23 dicembre, il martedì, alle 21,10
Durata: 5x120'
Ascolti medi: 1.704.563 telespettatori; 6.75% share

Cinque puntate dedicate ai pasticciere professionisti e una kermesse di composizioni dolciarie di alta classe. Grazie a Caterina Balivo il cooking show dolciario è arrivato alla prima serata di Rai 2. La somiglianza con il più blasonato MasterChef, evidente fin dalle prime fasi, è confermata anche dalla cosiddetta "prova esterna", ovvero la trasferta che i concorrenti affrontano con le medesime modalità degli aspiranti cuochi di Sky 1. Nel tentativo di catturare l'attenzione del pubblico, i tre giudici di gara, Luigi Biasetto, Roberto Rinaldini e Leonardo Di Carlo, si sono lasciati andare a parecchie cadute di stile, utilizzando un linguaggio e comportamenti non sempre rispettosi nei confronti dei concorrenti. In una sorta di emulazione della triade Cracco - Barbieri - Bastianich, spesso hanno valutato con troppa severità, mortificando gli sforzi dei concorrenti. Le vicende personali dei partecipanti sono rimaste sullo sfondo. Si è privilegiato l'aspetto professionale trascurando il coinvolgimento umano. Nonostante la sensibilità e la professionalità della conduttrice, Il più grande pasticciere non emana quel necessario e coinvolgente calore che è rimasto circoscritto solo alla temperatura del forno.

Il Tempo e la Storia



Rigore scientifico e cultura presentati con un linguaggio televisivo accessibile al grande pubblico: questa la caratteristica principale del programma che si occupa della storia dell'umanità in tutte le epoche. Un progetto in sintonia con la missione di servizio pubblico che si avvale della consulenza di un prestigioso comitato scientifico. Il tema affrontato quotidianamente è reso fruibile ai telespettatori attraverso una serie di filmati e documentari che illustrano, nei dettagli, quanto è accaduto in quel determinato periodo. Massimo Bernardini ospita storici, letterati, esperti del settore specifico, oggetto delle singole puntate. La discussione, sempre interessante, è priva di ogni polveroso ricordo scolastico. Il conduttore, dopo la visione dei filmati, attraverso domande semplici e incisive, riesce a trasmettere ai suoi ospiti la curiosità del grande pubblico su argomenti e personaggi del passato e ne sollecita risposte. L'approfondimento dell'analisi storica è talmente precisa da portare alla luce aspetti originali anche su tematiche sulle quali si credeva fosse stata esaurita ogni tipo di ricerca. Il programma rappresenta un mezzo per tramandare la memoria storica alle nuove generazioni e consentire al pubblico più in età di riscoprire aspetti inediti del passato fatto rivivere in uno studio televisivo. Per l'interesse dei contenuti il programma meriterebbe una collocazione più idonea e anche una diffusione nelle scuole.

Rete: Rai 3
Genere: Cultura, Docu-fiction
Produzione: Rai Cultura
Regia: Luca Mancini, Nicoletta Nesler
Autori: Alessandra Bisegna, Michela Guberti, AA.VV.
Conduttore: Massimo Bernardini
In onda: da martedì 7 ottobre, dal lunedì al venerdì, alle 13,30
Durata: 50'
Ascolti medi: 490.000 telespettatori; 3% share

Interferenze

20 anni di televisione italiana



Rete: Rai Storia
Genere: Cultura
Produzione: Rai Cultura, e Stand by Me
Regia: n.p.
Autori: Coralla Ciccolini, Mario Bellina
In onda: dal 14 settembre al 14 dicembre, la domenica, alle 21,30
Durata: 14x27'
Ascolti medi: 30.665 telespettatori; 0,11% share

Il programma, produzione di Rai Cultura per i 60 anni della tv, ha raccontato gli ultimi venti anni del piccolo schermo individuando, per ognuno, gli eventi salienti e ricordandoli attraverso filmati originali e testimonianze.

Un viaggio che non è soltanto televisivo, ma presenta delle "interferenze" anche con la società, la storia, il costume e le continue e progressive evoluzioni nel corso degli anni.

Sotto i riflettori i grandi personaggi degli anni raccontati, gli eventi principali e la subordinazione di conduttori e dirigenti all'altalenante giostra dell'Auditel che premia o castiga programmi.

Interferenze documenta anche come sia mutata, nel corso del tempo, la capacità creativa degli autori e come abbia reagito all'intrusione selvaggia dei nuovi format televisivi importati dall'estero. In particolare punta l'attenzione su reality e talent show, sull'evoluzione dei talk show e sulle ultime mode del piccolo schermo.

Il programma è finalizzato a tramandare alle generazioni future la memoria della più recente storia televisiva. Le modalità di intrattenimento sono accattivanti, il montaggio non è mai frenetico, le tematiche interessanti. Da Pippo Baudo a Fiorello, gli ultimi venti anni della nostra tv incrociano la storia italiana e internazionale con una interessante contaminazione tra il mezzo televisivo e la vita reale.

Italia's Got Talent



Il talent show è approdato su Sky 1 dopo cinque edizioni andate in onda su Canale 5. Le novità riguardano anche la giuria, composta dagli attori comici Claudio Bisio, Luciana Littizzetto, Frank Matano e dalla cantante Nina Zilli. Vanessa Incontrada, alla conduzione, ha il compito di raccogliere a caldo le emozioni dei concorrenti pochi attimi prima di salire sul palco e subito dopo le loro esibizioni.

Il trasferimento di rete ha giovato al programma che ha acquistato un ritmo più veloce. Le fasi di audizioni si sono avvalse di un montaggio avvincente che richiama quello già adottato per "X Factor". Anche la selezione dei concorrenti è apparsa più mirata per evitare cadute di stile. Inoltre, i momenti puramente trash sono risultati quasi del tutto inesistenti. I talenti in gara hanno a disposizione 100 secondi per impressionare favorevolmente la giuria con numeri che spaziano tra varie discipline: canto, ballo, performance atletiche e acrobatiche. I giudici esprimono le loro valutazioni in maniera diretta e senza troppi giri di parole. Rispettano i concorrenti ed evitano qualsiasi osservazione che possa offendere minimamente la loro sensibilità. Il talent show offre uno spettacolo godibile per tutta la famiglia, in particolare per i giovani che verificano, attraverso il percorso dei concorrenti, quanto sia importante l'impegno e il sacrificio per raggiungere i propri obiettivi.

Ma è anche l'occasione per divertirsi e sorridere senza imbarazzi.

Rete: Sky 1
Genere: Talent Show
Produzione: Freemantle Media Italia
Regia: Alessio Muzi
Autori/Sceneggiatori: AA.VV.
Conduttrice: Vanessa Incontrada
In onda: dal 12 marzo al 14 maggio, il giovedì, alle 21,10
Durata: 10x120'
Ascolti medi: 1.021.000 telespettatori; 2,99% share (fino al 30 aprile)

Jim Morrison Night



Rete: Sky Arte HD
Genere: Cultura Musicale
Produzione: WolfFilms/
Strange Pictures Rhino
Entertainment
Regia: Tom Di Cillo
Autori/Sceneggiatori:
Tom Di Cillo
In onda: domenica 4
gennaio, alle 21,10
Durata: 200'
Ascolti medi: n.p.

Una puntata monografica, come è nello stile del canale, dedicata al poeta del rock: Jim Morrison, icona della musica. Il frontman della band The Doors è stato "raccontato" con due pellicole che ne hanno ripercorso la carriera restituendone l'immagine di una personalità magnetica. Il tributo all'artista è iniziato con la prima visione di "Jim Morrison-Rock Poet", un documentario sulla nascita del gruppo inserito nel contesto storico e culturale degli Stati Uniti negli anni sessanta. Il decennio è stato segnato da eventi drammatici come l'omicidio di Kennedy, la guerra in Vietnam e le contestazioni giovanili.

Subito dopo, "The Doors-WhenYou're Strange", il documentario che Ray Manzarek, tastierista del gruppo, ha definito "la vera storia dei Doors". La pellicola ha trasmesso lo straordinario carisma di Morrison che, nonostante una carriera piuttosto breve durata poco più di cinque anni, è riuscito a far entrare la sua band nell'Olimpo del rock.

Sky Arte HD ha sempre mostrato un'attenzione particolare per gli speciali monografici dedicati ai protagonisti della musica, sia italiani che stranieri (tra gli altri, Vasco Rossi, The Beatles, Led Zeppelin). Un modo efficace per avvicinare anche il pubblico più giovane a proposte musicali che spesso appartengono a decenni passati, ma il cui valore non viene intaccato dallo scorrere del tempo.

Junior MasterChef



Per il secondo anno consecutivo, aspiranti chef di età compresa tra gli 8 e i 13 anni, si misurano in gare culinarie. Lo schema è simile alla versione per adulti del cooking show: quattordici concorrenti si sfidano realizzando piatti, anche di una certa difficoltà, esaminati da una giuria composta da tre esperti del settore. Si tratta di una vera e propria competizione, nonostante ci si sforzi di inquadrarla in un'atmosfera gioiosa che, spesso, non viene percepita dai giovani concorrenti. Ai tre giudici va riconosciuto il merito di un approccio garbato e rispettoso dell'età dei partecipanti. Dispensano consigli e incoraggiamenti con larghi amichevoli sorrisi. Ma la loro funzione di esaminatori comporta comunque un inevitabile rigore e una spiccata obiettività nella valutazione dei piatti realizzati dai mini aspiranti chef. Ne consegue che, l'eliminazione dalla gara di settimana in settimana, può eventualmente turbare la sensibilità dei ragazzi. Inoltre è difficile definire il confine tra spontaneità e finzione da parte degli aspiranti Junior MasterChef. Infatti potrebbero essere influenzati, magari anche dagli stessi familiari, a mostrare una serietà professionale certo non consona ad un'età in cui vanno privilegiate le attività ludiche.

Il premio per il vincitore è un viaggio con la famiglia in una località europea e una borsa di studio di 15.000 euro, da utilizzare per la propria formazione culturale.

Rete: Sky 1
Genere: Talent Show
Produzione: Magnolia
Regia: Umberto
Spinazzola
Autori: Barbara
Boncompagni, Daniele
Baroni, Nicola Lorenzi,
Agata Gambuzza, Nadia
Forini, Laura Cristaldi
Conduttori: Lidia
Bastianich, Bruno
Barbieri, Alessandro
Borghese
In onda: dal 15 aprile al
10 giugno, il mercoledì,
alle 21,10
Durata: 9x60'
Ascolti medi: 1.211.000
telespettatori (fino al 30
aprile), share n.p.

Karaoke



Rete: Italia 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: RTI
Regia: Roberto Cenci
Autori: AA.VV.
Conduttore: Angelo Pintus
In onda: dal 30 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 20,00
Durata: 45'
Ascolti medi: 960.250 telespettatori; 4.14% share (fino al 30 aprile)

Il programma torna, dopo un'assenza di vent'anni, nel palinsesto di Italia 1. Al timone Angelo Pintus, che sostituisce il conduttore storico Rosario Fiorello, al quale il format resta inevitabilmente legato nella memoria collettiva. La struttura è la stessa: si tratta cioè di uno show itinerante nelle piazze italiane che cerca di coinvolgere il pubblico con esibizioni canore improvvisate. Per ogni puntata viene decretato il vincitore, scelto in base all'intensità dell'applauso della folla che assiste alle esibizioni. Al presentatore il compito di animare la festa e coinvolgere giovani e meno giovani, alternando le performance a brevi momenti comici. "Karaoke" dà l'opportunità a chiunque di sentirsi cantante per una sera. Quel che conta è sapersi mettere in gioco, canticchiare i brani preferiti senza ambizioni professionistiche con la consapevolezza di essere protagonisti solo di una performance amatoriale. Merito dello show è ricreare l'atmosfera delle feste tra amici improntate a un divertimento semplice e sano, lontano dagli eccessi, spesso ricercati dai giovani, per evadere dalla routine quotidiana.

Il ritrovarsi gioiosamente in piazza, ricrea un'occasione di aggregazione particolarmente utile in un periodo come l'attuale. Il messaggio positivo è per i giovani, vittime dell'isolamento derivante dall'uso sconsiderato dei moderni mezzi mediatici per colpa del quale stanno perdendo la capacità e il piacere di relazionarsi con il prossimo.

Kilimangiaro

Ci divertiremo un mondo



Novità dell'edizione è il cambio di conduzione. Camila Raznovich ha sostituito Licia Colò personalizzando su di sé il programma e imprimendogli un ritmo abbastanza veloce. Il fine è dialogare con un pubblico più giovane.

L'appuntamento del pomeriggio domenicale rappresenta, comunque, un'alternativa alla chiassosa e contemporanea programmazione delle altre reti generaliste. Protagonista è, come sempre, il viaggio, analizzato attraverso le varie sfaccettature dei grandi documentari che spaziano da un capo all'altro del pianeta. Si va alla ricerca di luoghi incontaminati non coinvolti dal turismo di massa. In studio la discussione è animata dall'intervento di personaggi noti che raccontano le proprie emozioni legate alle mete preferite.

La domenica pomeriggio della Raznovich è movimentata dall'alternarsi dei servizi e degli ospiti. Naturalmente la forza del programma è nei filmati e nei reportage. Interessante anche la gara "Borgo dei borghi" tra i piccoli centri più suggestivi d'Italia per scegliere, attraverso il televoto, il più caratteristico.

Dario Vergassola, con i suoi interventi, propone l'aspetto ironico e disincantato del viaggio. Ma, a volte, le sue battute sono di scarso spessore comico e poco convincenti.

Rete: Rai 3
Genere: Intrattenimento Cultura
Produzione: Rai
Regia: Andrea Dorigo
Autori: Vincenzo Arnone, Nietta La Scala, Casimiro Lieto, Camila Raznovich
Conduttori: Camila Raznovich e Dario Vergassola
In onda: dal 12 ottobre al 5 aprile, la domenica, alle 14,30
Durata: 26x250'
Ascolti medi: 968.576 telespettatori; 5.75% share

L'arte secondo Dario Fo



Rete: Rai 5
Genere: Cultura
Produzione: Rai Cultura
Regia: Felice Cappa
Autori: Dario Fo, Franca Rame
Conduttore: Dario Fo
In onda: dal 23 febbraio al 27 aprile, il lunedì, alle 21,10
Durata: 10x60'
Ascolti medi: n.p.

Un'operazione culturale di grande spessore finalizzata a far conoscere i massimi protagonisti dell'arte made in Italy grazie alle accurate ricerche realizzate da Dario Fo. Rai 5 ha trasmesso dieci appuntamenti dedicati ai più grandi artisti della storia dell'arte. Con l'aiuto di Franca Rame, negli anni dal 2000 al 2010, e con il supporto di tele da lui stesso dipinte, Dario Fo ha raccontato la vita e le opere dei maestri dell'arte italiana partendo dal Medioevo fino all'età contemporanea. Unica eccezione lo "straniero" Pablo Picasso.

Il Premio Nobel per la letteratura ha ripercorso l'exkursus professionale di ogni personaggio, con un occhio attento alle condizioni socio-economiche dell'epoca in cui sono vissuti, analizzando le spinte culturali che li hanno condotti ad uno specifico percorso artistico.

La particolarità delle lezioni spettacolo è l'incursione nella vita privata e più sconosciuta dei grandi maestri dell'arte. Dario Fo svela aneddoti, retroscena e problematiche che sono sempre stati banditi dai testi scolastici, indispensabili, invece, per definire compiutamente la personalità dell'artista.

Nessun protagonismo da parte di Fo, ma la sua collaudata capacità espressiva, propria di un profondo conoscitore dell'arte italiana messa a disposizione del pubblico della prima serata.

La classe



Dedicato ai problemi scolastici, il programma condotto da Marco Presta, ha come protagonisti 10 giovani che, avendo abbandonato da anni la scuola, hanno accettato di tornare sui banchi per cercare di recuperare il tempo perduto. L'obiettivo è acquisire la formazione culturale di cui avvertono la mancanza.

La particolarità è l'interazione attiva tra gli ex studenti e gli operatori del mondo scolastico. A rendere più interessante il dialogo formativo, concorre il coinvolgimento di personaggi molto noti del mondo dello spettacolo.

Il programma affronta uno dei problemi più drammatici della scuola: l'abbandono degli studi da parte di una percentuale molto alta della popolazione scolastica. La leggerezza, ma nello stesso tempo la puntigliosa serietà con cui vengono realizzate le lezioni sono un esempio di come dovrebbero essere realmente i rapporti tra docenti e studenti.

Nulla viene trattato con la solita pedanteria scolastica e lo stesso nozionismo non trova spazio nella proposta televisiva di una scuola che ha per fulcro lo scambio, quasi paritario, di opinioni tra insegnanti e allievi. La presenza di Marco Presta, con le sue osservazioni ironiche ma sempre incisive e appropriate, rende più gradevole l'atmosfera scolastica e il dialogo educativo.

Rete: Tv2000
Genere: Cultura - Reality
Produzione: Chimera Produzioni Srl per Blu Spa
Regia: Peppe Toia
Autori: Chiara Salvo, A.A.VV.
Conduttore: Marco Presta
In onda: dal 23 febbraio al 30 marzo, il lunedì, alle 21,00
Durata: 6x95'
Ascolti medi: 36.899 telespettatori; 0.51% share

La Gabbia



Rete: LA7
Genere: Talk Show
Produzione: LA7 S.r.l.
Regia: Rinaldo Gaspari
Autori: Alessandro Montanari, Giuseppe Ciulla, Francesco Borgonovo, Stefania Cioce
Conduttore: Gianluigi Paragone
In onda: dal 21 settembre, la domenica, alle 21,10
Durata: 180'
Ascolti medi: 641.500 telespettatori; 3,03% share

Gianluigi Paragone ha proposto, per il secondo anno consecutivo, il talk show di approfondimento politico. Particolare la scenografia: i protagonisti sono "rinchiusi" in una gabbia ampia quanto lo studio. Con un evidente valore simbolico si vuole indicare quanto sia elevato il grado di oppressione sui cittadini comuni da parte di tutte le istituzioni, politiche ed economiche. Assieme al conduttore, nel "recinto" gli ospiti sono rigorosamente in piedi: nessuna poltrona o sgabello, la sensazione è di assistere a uno stand up talk show. Paragone stimola i suoi ospiti con domande incalzanti, all'insegna di ritmi quasi frenetici che conferiscono al programma una gradevole scorrevolezza anche se, talvolta, i toni della discussione sono alquanto esagitati. Spesso le domande appaiono provocatorie ed esulano dalla realtà dei fatti in quanto sono mirate esclusivamente a eccitare gli animi degli ospiti e dello stesso pubblico. Il tutto a fini spettacolari e strappa-audience. Determinante, infatti, è il ruolo del pubblico che, disposto intorno alla Gabbia, partecipa alla discussione esprimendo, con energia, disappunto o approvazione per le tesi sostenute dagli ospiti. Il tutto secondo lo stile gridato del talk show. L'impressione complessiva rimanda a scene da circo equestre con Paragone quasi novello domatore che, per compiacere il pubblico, aizza le "belve" chiuse nella gabbia affinché diventino ancora più feroci. Gradevoli gli spazi comici affidati a Paolo Hendel.

La Grande Storia



Un approfondimento storicamente preciso, supportato da testimonianze, documenti, ricerche, filmati spesso inediti, materiale da cineteche: così la Grande Storia ricostruisce la figura dei principali personaggi del Novecento. La Chiesa, la grande guerra, il fascismo e la conquista dell'impero, il nazismo con l'ascesa di Hitler, lo sterminio della Shoah, il comunismo, le interviste, sono gli argomenti più ricorrenti del programma che si avvale, in ogni puntata, del commento di Paolo Mieli. Tramandare la memoria del passato alle nuove generazioni attraverso un linguaggio accessibile e contenuti sempre interessanti e rigorosi è l'obiettivo de La grande storia. Il ritmo incalzante, il linguaggio non accademico, il ricorso ad aneddoti insoliti spesso sconosciuti al grande pubblico, concorrono a inquadrare più correttamente il periodo storico e donano alla narrazione una vivacità che attira fasce trasversali di spettatori. Per il pubblico più in età La grande storia rappresenta un approfondimento di eventi già conosciuti. I giovani, invece, scoprono un periodo storico che, solitamente non viene trattato in maniera esaustiva negli ultimi anni delle scuole superiori. L'interesse del programma è tale da poter essere introdotto negli istituti scolastici a integrazione dei testi che ancora oggi sono abbastanza carenti sulla storia più recente.

Rete: Rai 3
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Registi vari
Autori: Nicola Bertini, Ilaria Degano
Conduttore: non previsto (interventi in studio di Paolo Mieli)
In onda: durante tutta la stagione, saltuariamente il venerdì, alle 21,20
Durata: 120'
Ascolti medi: 1.303.739 telespettatori; 4,99% share

La papera non fa l'eco



Rete: Rai 2
Genere: Intrattenimento Cultura
Produzione: Rai e Ambra Banijay
Regia: Roberto Valdata
Autori: Flavio Andreini, Sergio Carfora, Davide Tappero Merlo, Marco Terenzi
Conduttore: Max Giusti
In onda: da 17 novembre all'8 dicembre, il lunedì, alle 21,10
Durata: 4x91'
Ascolti medi: 1.245.395 telespettatori; 4,63% share

Mix di divulgazione scientifica e intrattenimento, il programma è rivolto a un pubblico familiare al quale propone semplici ma efficaci esperimenti. In studio, ospiti del mondo dello spettacolo che si sottopongono a singolari prove "in nome della scienza" e fungono con leggerezza e complicità, da cavie. Cuore pulsante del format è la presenza dei bambini che diventano testimoni di semplici ma efficaci fenomeni scientifici spiegati nei dettagli con esempi pratici. I momenti di apprendimento sono sviluppati in un'atmosfera di partecipazione e collaborazione tra grandi e piccoli: i bambini verificano, ad esempio, che un uovo non si rompe premendone le estremità con indice e pollice, oppure si rendono conto che un palloncino, strofinato con un panno di lana, si elettrizza e riesce a far muovere una lattina metallica senza toccarla. In questo modo, l'iniziale stupore si trasforma in un momento educativo e di apprendimento. A sottolineare le finalità divulgative, contribuiscono, infine, le domande del pubblico in sala ai due professori presenti in studio e la visione di filmati d'importazione il cui linguaggio è accessibile e privo di toni seriosi o altisonanti. Ulteriore conferma dell'interesse verso il pubblico dei minori è la conclusione del programma alle 23,00 orario di chiusura decisamente insolito per una prima serata. Portare la scienza in tv, affrontandola con leggerezza, ha rappresentato una nuova prova, decisamente superata, sia per Rai Due che per Max Giusti.

La prova del cuoco



Valorizzazione della tradizione gastronomica italiana, ricette regionali improntate al gusto e alla semplicità, maestri di cucina e chef che spiegano con chiarezza i piatti preparati per renderli accessibili al grande pubblico. Grazie a questi "ingredienti" anche la 15esima edizione ha confermato l'ottimo stato di salute del coking show entrato nel costume e nell'immaginario collettivo del pubblico televisivo. Tra i primi a sviluppare un merchandising dedicato che spazia tra pubblicazioni editoriali e utensili da cucina, La prova del cuoco appare come "la cucina degli italiani". Vi si respira un'atmosfera di serenità e di familiare coinvolgimento. La Clerici si comporta come la classica casalinga italiana che ama stare ai fornelli, indossa il grembiulone, si rimbocca le maniche e, tra un manicaretto e una sfida, elargisce, grazie ai suoi ospiti quotidiani, consigli per imbandire la tavola privilegiando la qualità dei prodotti e il risparmio. Ispirato al format della britannica BBC "Ready Steady Cook", La prova del cuoco rappresenta, anche per l'orario in cui va in onda, un punto di riferimento per le massaie che riescono a identificarsi con la padrona di casa proprio per la schiettezza e la genuinità dei suoi atteggiamenti. Il programma va oltre il semplice cooking show: è un momento di gioiosa condivisione della buona tavola che non si trasforma mai in una grande abbuffata. E' un talk culinario nel quale i toni sono sempre moderati, rispettosi e mai sopra le righe. Ultima, ma non meno importante considerazione, è l'attenzione per le eccellenze italiane.

Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Endemol
Regia: Simonetta Tavanti
Autori: Antonella Clerici, AA.VV.
Conduttrice: Antonella Clerici
In onda: da lunedì 8 settembre, dal lunedì al sabato, alle 12,00
Durata: 90'
Ascolti medi: 2.173.574 telespettatori, 17,5% share

La vespa Teresa



Rete: Alice
Genere: Intrattenimento
Produzione: LT
Multimedia
Regia: Riccardo Marino
Autori: Maria Pia Timo,
Roberto Pozzi
Conduttrice: Maria Pia
Timo
In onda: da ottobre, tutti i
giorni, alle 21,30
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

Anche nella seconda serie de "La vespa Teresa", la conduzione è affidata a Maria Pia Timo. La comica, in sella alla sua vespa ribattezzata Teresa e decorata in stile hippie con motivi floreali, percorre le vie dell'Emilia Romagna alla scoperta delle ricette tradizionali della regione. In ogni puntata entra in casa di un' "azdora", la regina del focolare romagnolo, incarnazione di una indistruttibile operosità e colonna portante della famiglia. È questa la figura depositaria del patrimonio culinario del territorio e, per evitare che vada perduto, la conduttrice la raggiunge per farsene svelare i segreti. Durante la preparazione del piatto prescelto Maria Pia Timo, con la sua coinvolgente simpatia, riesce a instaurare un rapporto di confidenza con un universo femminile la cui storia personale rappresenta la storia dei comuni della Romagna e dei loro costumi. A caratterizzare ancor più l'atmosfera gioviiale e amichevole, ecco gli aneddoti legati alla pietanza del giorno.

Il programma è indirizzato a un pubblico di casalinghe, ma riesce ad assolvere a una funzione educativa anche presso i più giovani, in quanto insiste molto sull'importanza della famiglia e dei valori, anche culinari, tramandati di madre in figlia.

La vita in diretta



La presenza rassicurante e familiare di Marco Liorni, tornato al timone del contenitore e la new entry Cristina Parodi, sono le novità dell'edizione.

L'obiettivo di raccontare l'Italia che cambia e la quotidianità declinata attraverso varie sfaccettature spesso si infrange contro il solito abuso di cronaca nera.

Il ridimensionamento del voyeurismo legato ai delitti, documentato nella prima parte della stagione, ha perso consistenza per il continuo susseguirsi di episodi cruenti, di violenza e di sopraffazione. Va dato atto ai due conduttori dello sforzo realizzato per bilanciare gli argomenti trattati: dall'attualità all'informazione, dalla cronaca rosa allo spettacolo fino alla ben nota cronaca nera. Il programma ha cercato di essere una lente d'ingrandimento e uno strumento attraverso il quale decifrare la realtà.

Nei segmenti di intrattenimento leggero, al pubblico generalista di Rai 1 vengono proposti prevalentemente personaggi di appeal popolare e storie in grado di suscitare emozioni. Spesso, però, si indulge troppo su particolari poco significativi con lo scopo di allungare i tempi.

Uno dei punti di forza del contenitore è la presenza di inviati sui luoghi dove accadono i principali fatti. Il loro compito è documentare gli eventi dal vivo, mentre nello studio i due conduttori ne discutono con ospiti, trasformando questa parte del programma in un talk show di approfondimento.

Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Informazione
Produzione: Rai
Regia: Salvatore Perfetto
Autori/Sceneggiatori:
Gregorio Paolini, Riccardo
Sfondrini, Gian Maria
Tavanti
Conduttori: Cristina
Parodi, Marco Liorni
In onda: da lunedì 8
settembre, dal lunedì al
venerdì, alle 16,00
Durata: 170'
Ascolti medi: 2.188.040
telespettatori; 17.74%
share



Rete: Rai 1
Genere: Talk Show
Produzione: Rai
Regia: Giovanni Caccamo
Autori: Massimo Giletti, AA.VV.
Conduttore: Massimo Giletti
In onda: dal 28 settembre, la domenica, alle 14,00
Durata: 120'
Ascolti medi: 3.997.823 telespettatori; 22.20 % share

Il longevo talk show del pomeriggio festivo di Rai 1 affronta, in un mix di spettacolarità, cronaca e politica, gli argomenti principali della settimana. Come nella più classica delle arene gladiatorie, il conduttore storico Massimo Giletti, con consumata abilità, amplifica i toni della discussione-aizzando i suoi ospiti che manifestano pareri contrastanti. Pur trattando argomenti di indubbio interesse, il talk show in molti casi, assume toni troppo gridati e, spesso, non consente al telespettatore di formarsi una propria opinione con una certa serenità e obiettività. Più volte, degli argomenti trattati, vengono evidenziati aspetti secondari sui quali, però, si insiste per ottenere effetti spettacolari non privi di un certo voyeurismo finalizzato a catalizzare l'attenzione e la curiosità dei telespettatori.

La seconda parte riservata alle interviste, rappresenta lo spazio più leggero. Giletti cerca di presentare i suoi interlocutori in una veste più personale e intimista. Ma anche qui si nota una certa insistenza da parte del conduttore che, ancora per fini spettacolari, entra in dettagli non sempre indispensabili a delineare la personalità e il profilo professionale del personaggio intervistato.



Il programma di cultura e attualità religiosa, da 25 anni in video, ha avuto il merito di proporre in tv la lettura in originale dei brani di testi sacri, dell'Antico e Nuovo Testamento. La presenza costante, alla conduzione, di religiosi qualificati come il Cardinale Ravasi, insigne biblista, valorizza l'importanza di un messaggio finalizzato alla divulgazione della spiritualità cattolica presso il grande pubblico generalista. La lettura e il commento delle pagine bibliche sono improntate alla massima chiarezza espositiva privilegiando riferimenti colti di carattere laico che spaziano dalla letteratura, all'arte, alla filosofia. La lezione teologica della prima parte del programma è integrata da servizi, inchieste, reportage che documentano concretamente, l'impegno delle istituzioni religiose in differenti contesti sociali. Una cronaca, finalmente positiva, sul lavoro svolto, in molte parrocchie, per fornire sostegno ai meno abbienti e coinvolgere in un progetto di solidarietà il più ampio numero possibile di persone. E' l'altra faccia dell'Italia, un paese nel quale la Chiesa opera in maniera costruttiva per l'integrazione tra le varie etnie. Il fine è di portare un messaggio di speranza reale che travalichi l'aspetto religioso operando concretamente sul territorio in maniera positiva.

Rete: Canale 5
Genere: Cultura
Produzione: Mediaset
Regia: Vittorio Riva e Tiziana Colombo
Autori: Monsignor Ravasi, Maria Cecilia Sangiorgi
Conduttore: Monsignor Ravasi
In onda: dal 5 ottobre, la domenica, alle 8,50
Durata: 40'
Ascolti medi: 435.000 telespettatori; 5.47% share

Le iene presentano Scherzi a parte



Rete: Canale 5
Genere: Intrattenimento
Produzione: Mediaset
Regia: Marco Garofalo
Autori: il team de Le iene
Conduttore: Paolo Bonolis
In onda: lunedì 12 e lunedì 19 gennaio, alle 21,10
Durata: 2x150'
Ascolti medi: 6.156.000 telespettatori; 25.75% share

Carpire con inganno la buona fede delle vittime predestinate, metterne alla berlina le debolezze e i difetti in un gioco d'inganni per soli fini spettacolari, non è degno di una tv rispettosa del proprio pubblico. Uno scherzo ben realizzato deve essere impostato su situazioni paradossali non sulle fragilità psicologiche di chi deve subirlo. Potrebbe diventare un atto persecutorio all'insegna di una violenza gratuita. Questi i grandi limiti evidenziati del programma Scherzi a parte rivisitato dal team de Le iene.

Nelle due puntate ha colpito, in particolare, la crudeltà del tiro mancino costruito sulla ritrovata fede religiosa di Paolo Brosio. Inqualificabile far credere al giornalista di aver ricevuto una telefonata da Papa Francesco. La subdola tecnica del team de Le iene ha impresso agli scherzi una perfidia apparsa esagerata.

Ironizzare, prendere in giro personaggi noti, non può prescindere dai fondamentali principi etici.

Ulteriore caduta di stile del programma è il linguaggio grossolano, spesso scurrile dei dialoghi. Colpisce la scelta di non aver utilizzato il classico "bip" per coprire termini più volgari.

Unico elemento accettabile è la conduzione di Paolo Bonolis con i suoi monologhi.

Le iene Show



Coadiuvati dalle voci fuori campo della Gialappa's band, Ilary Blasi e Teo Mammucari conducono l'appuntamento del mercoledì sera di Italia 1. Nessuna novità nel format rispetto alle edizioni precedenti: i servizi si susseguono tra una battuta e l'altra dei padroni di casa. Alcuni di forte impatto emotivo, altri più leggeri gestiti anche con ironia, in un'alternanza che da sempre caratterizza il programma Mediaset. Gli inviati in giacca e cravatta mettono a nudo truffatori, politici furbetti, preti molestatore, ingiustizie sociali; si occupano di droga, gioco d'azzardo, raccolgono l'appello di malati. In questa costante operazione di denuncia, si indugia continuamente sul malcostume del Paese e si evidenzia l'assurdità di situazioni che meriterebbero ben altra considerazione da parte delle istituzioni. L'effetto finale è di creare una sensazione di esasperazione e di totale diffidenza verso il prossimo.

Spesso la denuncia si spinge oltre indugiano un po' troppo su risvolti sessuali con immagini che sembrano finalizzate ad appagare il voyeurismo di una specifica fascia di telespettatori. Fortunatamente gli aspetti positivi vengono da servizi che denunciano la scarsa attenzione verso categorie di persone in difficoltà come malati e disabili che non riescono a fruire di servizi ai quali pure avrebbero diritto.

La complessità dei temi affrontati non è alla portata dei telespettatori più giovani e dei minori per i quali sarebbe necessaria la guida critica di un adulto.

Rete: Italia 1
Genere: Informazione Satirica
Produzione: RTI
Regia: Antonio Monti
Autori: Davide Parenti, AA. VV.
Conduttori: Ilary Blasi, Teo Mammucari, Gialappa's Band
In onda: dal 17 settembre al 3 dicembre, il mercoledì, alle 21,10
Durata: 12x200'
Ascolti medi: 2.457.000 telespettatori; 12.56% share (fino al 30 aprile)

Le invasioni barbariche



Rete: LA7
Genere: Talk Show
Produzione: Endemol Italia, LA7
Regia: Fabio Calvi
Autori: Daria Bignardi, Federica Campana, Giovanni Robertini, Laura Sonzogni
Conduttrice: Daria Bignardi
In onda: dal 14 gennaio al 25 marzo, il mercoledì, alle 21,10
Durata: 11x180'
Ascolti medi: 659.000 telespettatori; 3% share

Un talk show difficilmente imparziale, con ospiti sottoposti a interviste molto lunghe che ne dilatano la durata fino a più di tre ore, stancando i telespettatori. Scontato l'espedito di stimolare la curiosità e l'interesse del pubblico, alimentandone l'attesa, posizionando i personaggi più rappresentativi verso la conclusione.

Gli stessi personaggi, il più delle volte, sono in promozione con i loro lavori cinematografici, televisivi, letterari. Il salotto di LA7 è infatti considerato una vetrina mediatica utile per valorizzare la propria professionalità. Le domande rivolte agli ospiti hanno la pretesa di essere insinuanti, incalzanti, finalizzate a scoprire i lati più nascosti dell'interlocutore. Una sorta di pressing al quale ci si sottopone persino con compiacimento. Le atmosfere della discussione non sono mai sopra le righe, quasi si trattasse di un'amabile conversazione, ma in effetti il talk show segue degli schemi precostituiti che la Bignardi, nonostante la sua abilità, spesso non riesce a dissimulare.

A guardar bene, si intravede sovente una sorta di "partigianeria" nei confronti dei personaggi. Le stesse interviste hanno sfumature differenti a seconda della valenza degli ospiti.

A volte, pur avendo la pretesa di avere un'impostazione elegante e soft, il talk show non è immune da qualche caduta di stile, soprattutto quando si affrontano argomenti delicati.

Le voci di dentro



La commedia ha celebrato Eduardo De Filippo a 30 anni dalla scomparsa. Tony Servillo ha interpretato in maniera convincente, il protagonista (Alberto Saporito) portato sul palcoscenico in maniera magistrale da Eduardo. Ottima la performance artistica del fratello Peppe Servillo nella parte del co-protagonista, Carlo, proprio il fratello di Alberto. Per l'aspetto fisico e il volto quasi sofferente, l'attore ha ricordato la maschera del grande drammaturgo partenopeo. Anche la scelta degli attori che si sono esibiti nei ruoli secondari, è sembrata ben riuscita. Solo a volte, qualche interpretazione è apparsa abbastanza gridata. Per concentrarne l'attenzione sugli interpreti, è stata scelta una scena scarna, con elementi coreografici ridotti all'essenziale che, nel corso della rappresentazione, è diventata un semplice fondale bianco. La commedia, del 1948, è attuale più che mai: infatti propone il tema della incomunicabilità e dei contrasti tra i vari componenti della famiglia che, nel caso specifico, non esitano ad accusarsi vicendevolmente di un delitto mai avvenuto. La famiglia, per Eduardo, è uno dei cardini intorno al quale ruota la sua drammaturgia ed è la cellula fondamentale sulla quale si costruisce ogni organismo sociale. Il commediografo, proprio nel disfacimento della famiglia, individua la degenerazione della società. Quando si abdica a ogni valore morale, nelle relazioni familiari, si assiste a un progressivo imbarbarimento delle stesse relazioni sociali.

Rete: Rai 1
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Paolo Sorrentino
Autore: Edoardo De Filippo
Interpreti: Tony Servillo, Peppe Servillo
In onda: domenica 2 novembre, alle 16,45
Durata: 120'
Ascolti medi: 1.731.000 telespettatori; 10,92% share



Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Magnolia
Regia: Sabrina Busiello
Autori: Carlo Conti, Emanuele Giovannini, Leopoldo Siano, Antonio Miglietta, Umberto Sebastiano, Mario D'Amico
Conduttori: Carlo Conti e Fabrizio Frizzi in alternanza
In onda: dal 14 settembre, tutti i giorni, alle 18,50
Durata: 100'
Ascolti medi: 5.112.794 telespettatori; 24,65% share (fino al 30 aprile)

La formula, sobria ed elegante, propone un quotidiano, rassicurante, intrattenimento all'insegna di una cultura accessibile al vasto pubblico. L'Eredità rappresenta la tradizione del quiz pre-serale che si rinnova e si consolida secondo l'originaria missione del mezzo televisivo: intrattenere in maniera spettacolare, creativa ed educativa. Al gradimento del pubblico contribuiscono i conduttori Carlo Conti e Fabrizio Frizzi, che lo sostituisce in determinati periodi, conferendo al programma la medesima impostazione misurata, rassereneante e familiare. Da tutte le fasi del programma trapela un approccio molto amichevole verso i concorrenti, finalizzato anche a metterne in evidenza la personalità e l'aspetto umano. L'obiettivo viene raggiunto con la presenza in studio di un familiare o di un amico: supporto psicologico per chi è impegnato nel quiz ma anche occasione per raccontare al pubblico pregi e difetti del proprio "assistito". Questo aspetto del quiz è altamente significativo: i concorrenti non vengono lasciati mai soli, anzi, portando in studio amici e parenti, amplificano un'atmosfera di corale complicità ed evidenziano l'importanza della famiglia e dell'amicizia. Il quiz non travalica mai i limiti del buon gusto ed è gradito a un target trasversale. La fase più avvincente è la ghigliottina, parte finale del gioco che dimezza il montepremi conquistato per ogni parola non indovinata.



I reportage del biologo e naturalista Vincenzo Venuto spaziano sempre su vari continenti. Il programma si avvale anche della migliore documentaristica internazionale e realizza una vera e propria indagine sul legame tra l'uomo e la natura. Un legame spesso imprevedibile, dai risvolti anche drammatici, illustrato con immagini di grande impatto emotivo. Vincenzo Venuto, in ogni puntata, si reca in posti differenti, dall'Italia alle aree più belle e selvagge di Africa, Centro America, Sud America e Asia. Filo rosso del viaggio, attraverso i continenti, è mostrare come il rapporto tra uomo e natura diventi sempre più fragile anche a causa dei mutamenti climatici e dei guasti procurati all'ambiente. Al rigore scientifico e all'efficacia delle immagini, si aggiunge la presenza rassicurante di Venuto che invita ad avere più rispetto per quanto ci circonda e spiega, con linguaggio semplice, come una sorta di voce narrante, le fasi salienti dei documentari. Inoltre il conduttore cerca, nel suo girovagare planetario, curiosità, animali particolari di cui spesso si ignora persino l'esistenza, luoghi ancora inesplorati. Insomma uno sguardo a 360 gradi per verificare che la natura è unica da un capo all'altro della Terra.

Rete: Rete 4
Genere: Cultura
Produzione: RTI, BBC
Regia: Registi vari
Autori: AA.VV.
Conduttore: Vincenzo Venuto
In onda: dal 16 ottobre al 4 dicembre, il giovedì, alle 21,00
Durata: 8x120'
Ascolti medi: 1.002.000 telespettatori; 4,51% share

Linea Bianca



Rete: Rai 1
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Eugenio Lijoi
Autori: Massimiliano Ossini, Andrea Pasquini, Armando Perna
Conduttori: Massimiliano Ossini, Alessandra Del Castello
In onda: dal 27 dicembre al 4 aprile, il sabato, alle 14,30
Durata: 15x90'
Ascolti medi: 1.635.335 telespettatori; 9.85% share

Non solo montagne, vette innevate, paesaggi di suggestiva bellezza e piste da sci. Ma anche tradizioni, storia, arte, cultura, gastronomia, usi e costumi popolari. Linea bianca, tornata su Rai 1 dopo dieci anni, con una veste completamente rinnovata, intende valorizzare l'immenso patrimonio della Montagna italiana, senza trascurare il territorio; in particolare le risorse naturali, termali, idro minerali, agricole e paesaggistiche. In più il programma pone l'attenzione su eventuali dissesti idro-geologici e sulla sicurezza dell'ambiente. Tremila-seicento piste da discesa, per un totale di seimilasettecento chilometri, morbide distese di neve, imponenti vette imbiancate, ambienti da favola, impianti sciistici all'avanguardia fanno da sfondo a una natura incontaminata. Attraverso questi elementi, viene raccontata l'Italia dei centri montani in un viaggio a tutto tondo sulle eccellenze made in Italy ad alta quota.

Sugli sci, a divulgare in maniera semplice, le bellezze della montagna italiana, vi sono i conduttori Massimiliano Ossini e Alessandra Del Castello.

Tappa dopo tappa, Ossini incontra personaggi legati alla montagna. La sua partner, maestra di sci, dispensa utili consigli per consentire un sano divertimento sulle piste in perfetta sicurezza. Il programma ha evidenziato come le piccole realtà dei centri montani rappresentino il cuore pulsante di un'Italia in efficienza.

Linea Blu



Il mare analizzato in tutti i settori di produttività, dall'economia alle bellezze naturali e paesaggistiche, dai fondali marini alle risorse ittiche fino all'indotto lavorativo derivante dalle possibilità di pesca. Linea blu vive sui mari italiani e la conduttrice, col supporto dei mezzi della Marina Militare, presenta settimanalmente un quadro esaustivo di tutti gli argomenti legati al mare.

Oltre che scendere nelle profondità marine, nell'anno degli oceani e dei mari, Daniela Bianchi apre nuove prospettive con l'aiuto di esperti che analizzano anche i cambiamenti climatici, l'ampio patrimonio delle biodiversità marine e le ultime frontiere della ricerca. Il viaggio lungo le coste dell'Italia e del Mediterraneo esplora realtà in piena trasformazione. Nelle città costiere, infatti, alle attività tradizionali, come la pesca, se ne affiancano altre legate al turismo, alla gastronomia che utilizza al meglio i prodotti ittici, alla valorizzazione di tutti i beni culturali marittimi. Il mare, in questa edizione, è analizzato anche come la via privilegiata dell'immigrazione con le tragedie di tanti naufragi in prossimità delle nostre coste.

Insomma uno sguardo completo sull'economia blu e su tutte le problematiche del bacino mediterraneo. L'ottima qualità delle immagini accompagna il racconto di storie sempre differenti: record sportivi, curiosità e vicende umane sullo sfondo del mare.

Rete: Rai 1
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Luca Romani, Pierluigi De Pasquale, Riccardo Mucciarelli
Autori: Donatella Bianchi, AA.VV.
Conduttori: Daniela Bianchi, Fabio Gallo
In onda: dall' 11 aprile, il sabato, alle 14,30
Durata: 150'
Ascolti medi: 2.251.596 telespettatori; 14.31% share (fino al 30 aprile)



Rete: Rai 1
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Michele Conforti, Stefano Maria Gallo, Claudio Giusti, Lorenzo di Majo, Emilia Mastroianni
Autori: Dario Di Gennaro, Lucia Gramazio, Paolo Marcellini, Nicola Sisto
Conduttori: Daniela Ferolla, Patrizio Roversi
In onda: dal 28 settembre, la domenica, alle 12,20
Durata: 60'
Ascolti medi: 3.369.120 telespettatori; 20.18% (fino al 30 aprile)

E' soprattutto l'agricoltura la protagonista del rotocalco che mira a mettere in evidenza le realtà rurali italiane scoprendone molti aspetti inesplorati. In onda dal 1981, con conduttori che si sono avvicendati negli anni, il programma amplia i propri orizzonti valorizzando le località italiane, in cui fa tappa, anche dal punto di vista ambientale, paesaggistico, culturale e gastronomico. Il linguaggio è semplice e immediato, in modo da raggiungere il pubblico più vasto e coinvolgere anche gli addetti ai lavori con suggerimenti, consigli e indicazioni specifiche.

Uno dei meriti del programma è quello di aver documentato l'integrazione dei sistemi di produzione del passato con gli attuali mezzi tecnologici: ispirata alle atmosfere de La tv degli agricoltori, in auge dal 1955 in poi e simbolo di un'Italia rurale, la trasmissione punta i riflettori sulla moderna generazione 2.0 di un'agricoltura in piena rivalutazione. In quest'ottica, viene veicolato un forte segnale positivo che restituisce al lavoro dei campi nuova dignità e lo proietta in una dimensione futura come fonte primaria di occupazione. Con garbo e familiarità i due conduttori documentano il nuovo fermento legato all'agricoltura e mostrano piccole e grandi aziende che cercano, pur tra molte difficoltà, di investire in un settore che, se ben valorizzato, rappresenta un nuovo polo di attrazione professionale.



Il trasferimento del reality show da Rai 2 a Canale 5 ha comportato un'ulteriore deriva trash che, né gli opinionisti Alfonso Signorini e Mara Venier, né l'inviato Alvin, né la conduttrice, hanno tentato di arginare. Intrisa di doppi sensi, battute con espliciti riferimenti sessuali, infarcita di grossolanità e di atteggiamenti volgari, l'Isola dei Famosi è il trionfo dell'eccesso veicolato attraverso immagini discutibili con un linguaggio inopportuno e assolutamente non idoneo alla prima serata di una tv generalista che pretende di essere una rete per famiglie. In particolare colpiscono ammiccamenti di cattivo gusto, volgarità gratuite nelle interazioni tra i naufraghi e la ricerca ossessiva di un voyeurismo che fa somigliare il programma ad una "sbirciata" dal buco della serratura. Il ritorno alla natura con la novità della Playa Desnuda, intesa come una sorta di "paradiso terrestre" dove la permanenza è permessa solo in costume adamitico, è stato un ulteriore pretesto per amplificare l'effetto trash e la morbosa curiosità del pubblico. I naufraghi hanno mostrato inoltre una totale mancanza di senso del decoro e persino di correttezza nelle relazioni tra di loro.

In atmosfere con forti richiami al Grande Fratello, si è messa in scena una delle rappresentazioni più degradanti di un reality che, senza scrupoli e incurante del rispetto per il pubblico, ha rincorso solo gli ascolti.

Rete: Canale 5
Genere: Reality Show
Produzione: Magnolia
Regia: Roberto Cenci
Autori: AA.VV.
Conduttrice: Alessia Marcuzzi
In onda: dal 2 febbraio al 23 marzo, il lunedì, alle 21,15
Durata: 9x170'
Ascolti medi: 5.256.000 telespettatori; 25.08% share

Lo show dei record



Rete: Canale 5
Genere: Intrattenimento
Produzione: RTI, Europroduzione
Regia: Roberto Cenci
Autori: AA.VV.
Conduttore: Gerry Scotti
In onda: da martedì 17 febbraio al lunedì 6 aprile, il martedì, alle 21,10
Durata: 8x150'
Ascolti medi: 3.961.000 telespettatori; 16.55% share

Il programma dei primati del Guinness World Records, pur in un'atmosfera familiare grazie alla rassicurante conduzione di Gerry Scotti, propone prove estreme e competizioni pericolose. Uomini e donne, provenienti da ogni parte del mondo, sfidano i propri limiti per entrare nel celebre libro dei primati per il 2015. Gli aspiranti record-man si esibiscono in studio in un clima di tensione accentuata dalle difficoltà insormontabili per una persona comune che, però, potrebbero attirare, in prima serata, la curiosità dei minori. Il rischio è l'emulazione. La naturale mancanza di capacità critiche e una sorta di ipnotica "fascinazione" potrebbero indurre i giovanissimi a ripetere le imprese viste con conseguenze certamente deleterie. Novità dell'edizione 2015 è la maggiore attenzione rivolta al profilo personale dei record-man al lungo percorso di impegno, determinazione e coraggio grazie al quale hanno raggiunto i propri obiettivi. Le storie dei concorrenti sono così diventate protagoniste dello show con la medesima importanza che ricopre l'impresa, talvolta anche un po' folle, grazie alla quale sono entrati nel Guinness. Credere in se stessi e nelle proprie capacità per raggiungere le mete prefissate è il messaggio positivo. La presenza, accanto a Gerry Scotti, del figlio Edoardo nel ruolo di inviato, ha contribuito a dare allo show un'impronta ancor più familiare e rassicurante.

Made in Sud



Il cabaret partenopeo all'ombra del Vesuvio evidenzia e sottolinea stereotipi napoletani in un confronto nel quale il Sud vuole differenziarsi, rispetto al Nord, per la diversa lettura della quotidianità. Pur mantenendo le caratteristiche di una comicità corale, scattante e dai ritmi coinvolgenti, quest'anno Made in Sud ha mostrato cadute di stile sia per il linguaggio che per la valenza delle battute. Gigi e Ross, Fatima Trotta e Elisabetta Gregoraci sono conduttori e protagonisti dello show. I siparietti comici sono caratterizzati da battute a raffica che coinvolgono il telespettatore in un susseguirsi di personaggi e di parodie ispirati alle ultime tendenze della tv e dei social network. In quest'ottica, il programma ha saputo intercettare i gusti delle nuove generazioni: lo dimostra il gradimento degli Arteteca, dei Gomorroidi, dei MalinComici ragazzi dipendenti dalla tecnologia, della coppia Padre e Figlio in perenne dialogo conflittuale. Meno valide le Sex and Sud, quattro ragazze che raccontano la loro vita sentimentale in chiave disinibita e la mamma moderna e separata: una sorta di cougar sempre alla ricerca del toy boy. Tra i personaggi più riusciti, il professor Enzo Fischietti con il compito di traduttore dal napoletano all'italiano. Talvolta, però, la comprensione del dialetto partenopeo riesce difficile per l'utilizzo di termini e frasi circoscritte all'ambito locale.

Rete: Rai 2
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai 2, Tunnel Produzioni
Regia: Sergio Colabona
Autori: Nando Mormone, Paolo Mariconda
Conduttori: Gigi e Ross, Fatima Trotta, Elisabetta Gregoraci
In onda: dal 24 settembre al 19 novembre, il mercoledì, alle 21,10
Durata: 10x140'
Ascolti medi: 2.307.000 telespettatori, 9.87% share

Mamma che torta!



Rete: La 5
Genere: Intrattenimento
Produzione: Mediaset
Regia: Egidio Romio
Autori: Yuri Grandone, Ilenia Ferrari
Conduttori: Samya Abbary, Alessandro Capotosti
In onda: dal 22 novembre al 10 gennaio, il sabato, alle 16,05
Durata: 8x25'
Ascolti medi: 71.206 telespettatori; 0.71% share

Giocare ai pasticci con la propria mamma e, nello stesso tempo, stimolare la memoria dei bambini: è l'obiettivo del programma che si basa su una formula particolare. Lo Chef Alessandro Capotosti spiega ai bimbi come si prepara una torta, svelando le dosi e tutti i passaggi per realizzarla. I piccoli devono ricordare a memoria e poi riferire alle proprie madri che, in base alle loro indicazioni, si accingono a preparare la miglior torta possibile.

Non si vince nulla se non la soddisfazione di essere stati di aiuto alla propria genitrice e di gustare poi, la torta confezionata. Perfetta rappresentazione del rapporto madre-figlio, Mamma che torta coglie la "genitorialità" negli aspetti più semplici della routine quotidiana. Ed è uno stimolo per i bambini a impegnarsi dinanzi alla mamma per aiutarla: da ciò che ricordano dipende la riuscita del dolce da preparare. In un'atmosfera serena, mai ansiogena ma gioiosa, in un ambiente colorato e allegro, il programma offre un esempio di complicità tra il bambino e la madre. Contribuisce a porre le basi di un futuro rapporto di maggior intesa tra genitori e figli e sviluppa, in maniera positiva, il senso della competizione.

I piccoli consulenti si sentono investiti di una responsabilità importante dinanzi allo Chef, alla propria madre e al pubblico. Le gratificazioni finali, o l'invito a ricordare con più precisione i dati, in una prossima occasione, sono momenti di crescita e di riflessione.

Mamma sei 2 much!



Mamme dal look eccessivo, eccentrico e aggressivo, desiderose di non perdere la loro avvenenza. Figlie che, in netto disaccordo, assumono atteggiamenti opposti, non si valorizzano e mortificano la propria bellezza pur di non somigliare alle genitrici. Rapporti mamme-figlie logorati da una competizione che si riflette anche sull'andamento familiare e nell'ambito scolastico e sociale. In un clima così deteriorato, interviene Carla Gozzi. Con il supporto dell'esperto di look, riesce sempre ad annullare questo conflitto generazionale e a riportare ognuna delle protagoniste ad un comportamento consono alle rispettive età. In ogni puntata una madre e una figlia compiono un lungo percorso propedeutico alla trasformazione finale del look. Prima si sottopongono al giudizio di persone comuni che, generalmente, è sempre impietoso. Successivamente la Gozzi parla separatamente con le due "antagoniste" riuscendo ad ammorbidire entrambe le posizioni. Infine, quando scoprono il loro nuovo look studiato su misura per ognuna, le protagoniste ammettono i propri errori. Ognuna consapevole di avere un debito nei riguardi dell'altra. Semplice e spontaneo, il programma affronta dinamiche tra mamme e figlie molto complesse e assume anche una valenza educativa: i contrasti si riescono a smussare solo con buona volontà e comprensione reciproca. La Gozzi trasmette un messaggio positivo: ogni età ha una propria dimensione persino nell'abbigliamento.

Rete: Real Time
Genere: Docu-Reality
Produzione: Endemol Italia
Regia: Angelo Vitale
Autori: Caterina Gaia, Valentina Morganti
Conduttori: Giorgio Forgani, Carla Gozzi
Interpreti: vari
In onda: dal 18 aprile, il sabato, alle 13,50
Durata: 24'
Ascolti medi: 336.000 telespettatori; 1.9% share

MasterChef



Rete: Sky 1
Genere: Talent Show
Produzione: Magnolia
Regia: Umberto Spinazzola
Autori: Paola Costa, Luca Basso, AA.VV.
Conduttori: Joe Bastianic, Bruno Barbieri, Carlo Cracco
In onda: dal 19 dicembre al 5 marzo, il giovedì, alle 21,10
Durata: 12x70'
Ascolti medi: 1.181.000 telespettatori; 5,5% share

Giunto alla quarta edizione il cooking show ha perso l'aggressività del passato e si è presentato al pubblico in una versione più "buonista". Cracco, Barbieri e Bastianic, i giudici di gara, hanno in parte mitigato la loro proverbiale severità materializzandosi nel lancio dei piatti e in umilianti mortificazioni inflitte ai concorrenti. Salvo cadute di stile, soprattutto nelle prime puntate, i giudici hanno mostrato la consueta inflessibilità attenuata, però, da un maggior rispetto per i concorrenti.

Si è rilevata, nel corso delle puntate, una rinnovata attenzione alla personalità e alle vicende degli aspiranti Chef che, spesso, hanno riconosciuto quanto i rimproveri fossero appropriati agli errori commessi e utili per migliorare la propria autostima e le performance ai fornelli.

Il montaggio veloce, la semplicità esauriente della voce narrante che spiega tutte le fasi della gara, lo schema consolidato delle prove da superare e la presenza di guest star della haute cuisine internazionale, incrementano le atmosfere spettacolari.

Ad amplificare l'appeal dello show, la valorizzazione delle tradizioni gastronomiche e dei prodotti made in Italy. Non manca anche lo sguardo attento alle realtà culinarie d'oltre confine attraverso la prova esterna che spesso si svolge in Paesi stranieri.

Apprezzabile, infine, che i prodotti utilizzati per le prove culinarie, vengono recuperati e donati in beneficenza.

Mattino Cinque



Attualità, politica, spettacolo, gossip: nel salotto mattutino di Canale 5 si inizia la giornata con discussioni su tematiche che includono naturalmente la cronaca, soprattutto la nera.

I principali "cold case" made in Italy, gli aggiornamenti sulle indagini, i casi di persone scomparse, vengono affrontati in studio con ospiti che spesso non hanno alcuna competenza a riguardo.

L'effetto è creare nel telespettatore una sensazione ansiogena non differente da quella suscitata da altri contenitori della medesima rete.

In quest'ottica il contenitore si configura come una sorta di Pomeriggio Cinque del mattino, sia perché prodotto da Videonews, sia perché ne riprende temi e argomenti, spesso condividendone anche gli ospiti.

Il talk show ammicca, in tutte le sfaccettature al facile moralismo e al pettegolezzo gratuito. L'obiettivo di porsi come un contenitore mattutino di approfondimento non viene centrato neppure in questa ottava edizione. Il fine, invece, è catturare la curiosità del pubblico ricorrendo spesso a quel sottobosco di personaggi dello spettacolo che migrano in tutti i contenitori televisivi.

Federica Panicucci e Federico Novella, i padroni di casa, gestiscono gli spazi in atmosfere mutevoli. La Panicucci, in particolare è consapevole dei limiti da non superare, nel rispetto del telespettatore.

Rete: Canale 5
Genere: Talk Show
Produzione: Videonews
Regia: Roberta Bellini
Autori: Floriana Chailly, Filippo Pepe, Annalisa Spinosa, Rossella Russo, Simone Toscano, Maria Elena Vasaio
Conduttori: Federico Novella, Federica Panicucci
In onda: dall'8 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 08,45
Durata: 130'
Ascolti medi: 681.209 telespettatori; 13,3% share (fino al 30 aprile)

Maurizio Costanzo Show



Rete: Rete 4
Genere: Talk Show
Produzione: Fascino P.g.t per Mediaset
Regia: Valentino Tocco
Autori: Maurizio Costanzo, Pierluigi Diaco
Conduttore: Maurizio Costanzo
In onda: dal 12 aprile al 3 maggio, la domenica, alle 21,20
Durata: 4x150'
Ascolti medi: 1.435.000 telespettatori; 6% share (fino al 30 aprile)

Alla ricerca del tempo perduto: questa la sensazione che si è avuta dinanzi alla riproposizione del longevo talk show. Trovare, nelle immagini tecnologicamente più perfette di oggi, la spontaneità del passato è impossibile; ma non per questo il nuovo Costanzo show ha meno appeal. Le puntate sono il tentativo di unire il passato al presente, attraverso un'operazione amarcord: la tv per proiettarsi nel futuro ha bisogno di ripensare ed elaborare il proprio passato.

Pensare che il palcoscenico del Costanzo show è stato teatro di risse all'epoca definite indecenti: rivedendole e confrontandole con le attuali presenti in tv, sembrano litigi da ragazzini. Il nuovo talk ha mostrato i segni dell'età avanzata, ma non in senso negativo: il conduttore appare più consapevole dei propri limiti, più disponibile e meno incline a ironizzare sarcasticamente al di sotto dei celebri baffetti.

Se n'è avuta una chiara conferma con la presenza, nella prima puntata, della moglie Maria De Filippi alla quale Costanzo, con la tenerezza dell'età avanzata, ha chiesto se, potendo, lo avesse risposato.

Insomma un Costanzo più umano alla ricerca, lui stesso, di certezze ha caratterizzato il nuovo corso del programma. Naturalmente, per fare spettacolo, la presenza di ospiti legati al gossip è necessaria oggi più di ieri; ed è proprio in questo settore che si sono verificate alcune cadute di stile.

Melaverde



Itinerari settimanali alla ricerca delle eccellenze gastronomiche, agricole e culturali, curate da due conduttori impegnati a valorizzare ogni realtà del made in Italy. L'attenzione si concentra su aziende artigianali, spesso a conduzione familiare, attraverso le quali vengono individuate la produttività e l'operosità della provincia italiana e dei borghi contadini portate finalmente alla ribalta.

I viaggi settimanali seguono la preparazione dei prodotti nelle varie fasi della lavorazione, valorizzano il fascino e la bontà delle tradizioni regionali gastronomiche, raccontano curiosità e storie legate alla cultura locale.

Valore aggiunto del programma è l'aver contribuito, in un periodo di disoccupazione e di crisi, a incentivare il ritorno dei giovani all'agricoltura che, attraverso le moderne tecnologie, è stata rivitalizzata e riportata in auge. Perfetta simbiosi tra l'esperienza dei vecchi contadini mai rinnegata e l'avanguardia dei nuovi sistemi di produzione.

Esempi nei quali le new generation possono riconoscersi per creare concrete e nuove prospettive occupazionali.

Al gradimento della trasmissione contribuisce anche la qualità delle riprese, con immagini che sottolineano le bellezze paesaggistiche dei borghi visitati comunicando, contemporaneamente, una piacevole sensazione di serenità. E' il ritratto di un'Italia quasi bucolica e lontana dal caos, ma sempre produttiva.

Rete: Canale 5
Genere: Intrattenimento Cultura
Produzione: La Sfinge (Giacomo Tiraboschi)
Regia: Giancarlo Valenti e Michele Zito
Autori: Luca Liberati, Rudy Galoppini
Conduttori: Edoardo Raspelli, Ellen Hidding
In onda: dal 28 settembre al 19 aprile, la domenica, alle 11,55
Durata: 29x80'
Ascolti medi: 1.931.000 telespettatori; 13.77% share

Mezzogiorno in famiglia



Rete: Rai 2
Genere: Intrattenimento Talk Show
Produzione: Europroduzione, Rai 2
Regia: Michele Guardì
Autori: Michele Guardì, AA.VV.
Conduttori: Amadeus, Sergio Friscia, Alessia Ventura
In onda: dal 20 settembre al 31 maggio, il sabato e la domenica, alle 11,30
Durata: 74x90'
Ascolti medi: 1.410.358 telespettatori; 11.87% share

Il day time mattutino del week end, su Rai 2, propone le gradevoli atmosfere di un appuntamento che, "nomen omen", esprime, già nel titolo, le intenzioni programmatiche: riunire intorno al "focolare" televisivo tutta la famiglia in attesa del momento conviviale del pranzo.

La finalità è rinsaldare i vincoli familiari penalizzati, nel corso della settimana, da ritmi troppo frenetici che lasciano poco spazio alle relazioni interpersonali. Michele Guardì, regista e ideatore della trasmissione, riesce a catalizzare l'attenzione del pubblico con momenti spettacolari inseriti in un contesto divulgativo dalle varie sfaccettature. Giochi, rubriche, segmenti di vario intrattenimento, musica gradevole e un'ambientazione semplice e rassicurante: tutto contribuisce a creare intorno al telespettatore un'oasi televisiva di buon gusto e sobrietà.

Il torneo tra i comuni italiani, con la valorizzazione dei piccoli e grandi centri dal Nord al Sud, rappresenta uno dei momenti più interessanti. La competizione, sempre corretta e rispettosa all'insegna di prove semplici e con finalità solidali, contribuisce a fornire un ulteriore esempio di buona e utile televisione.

I tre conduttori con leggerezza e simpatia, assolvono positivamente il compito di padroni di casa.

Mi manda Raitre



Nel solco della tradizione, ma con una scansione diversa in quanto l'appuntamento, divenuto quotidiano, è collocato nella fascia mattutina: Mi manda Raitre è uno sportello aperto sulla difesa dei consumatori, sulla denuncia di diritti calpestati, sugli sprechi nella pubblica amministrazione, sulle lungaggini della burocrazia. Elsa Di Gati, per la seconda stagione, attraverso il programma, porta alla ribalta situazioni di ordinaria inefficienza e di scarsa trasparenza, problemi legati al mondo del lavoro e della pubblica amministrazione, truffe ai danni di persone comuni, soprattutto di anziani.

Si delinea il quadro di un'Italia stritolata da meccanismi complicati. Nell'impossibilità di veder riconosciuti diritti e competenze, dopo anni di inutili tentativi, i cittadini affidano al mezzo televisivo, una sorta di deus ex machina, le proprie speranze. La difesa dei diritti violati è la finalità prioritaria che il programma si prefigge, fin al 1990, quando arrivò per la prima volta in video con Antonio Lubrano.

La conduttrice, con garbo, fa da trait d'union fra i partecipanti che espongono i propri problemi, le aziende che non li risolvono e gli esperti chiamati a fornire il proprio contributo nella ricerca di una soluzione. La discussione si mantiene sempre sui binari della competenza e dell'intervento risolutivo. Per questi motivi il programma risponde perfettamente ai canoni a cui dovrebbe sempre ispirarsi un efficiente servizio pubblico.

Rete: Rai 3
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Max Di Nicola
Autori: Elsa Di Gati, AA.VV.
Conduttrice: Elsa Di Gati
In onda: da lunedì 22 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 10,00
Durata: 60'
Ascolti medi: 273.270 telespettatori; 5.69% share

MTV Europe Music Awards 2014



Rete: MTV e MTV Music
Genere: Intrattenimento Musicale
Produzione: Viacom International Media Networks
Regia: n.p.
Autori: AA.VV.
Conduttore: Nicki Minaj
In onda: domenica 9 novembre, alle 21,10
Durata: 120'
Ascolti medi: 299.000 telespettatori; 1.99% share

L'edizione 2014 è andata in onda in diretta dall' SSE Hydro di Glasgow e ha premiato gli artisti musicali internazionali più amati dal pubblico nel corso dell'anno. Padrona di casa è stata la rapper statunitense Nicki Minaj che ha intrattenuto i numerosi fan accorsi nell'arena per assistere alla kermesse e presentare le esibizioni dei numerosi colleghi. Ritmi veloci e musica incalzante: queste le caratteristiche del programma che ha proposto le spettacolari esibizioni di star come Ariana Grande, Charli XCX, Ed Sheeran. Accanto a loro i leggendari U2 e Ozy Osbourne. Ad amplificare il coinvolgimento e l'impatto visivo della kermesse sono state le performance studiate per l'occasione dalla maggioranza degli artisti: pochi, infatti, hanno puntato unicamente sugli effetti emozionali della propria voce. A differenza delle edizioni precedenti, l'attuale si è distinta per il clima di sobrietà decisamente inaspettato sia per la rete che ha ospitato l'evento che per la conduttrice. E' evidente che le polemiche, nate all'indomani dell'edizione 2013, con una Miley Cyrus a tinte decisamente volgari, abbiano convinto gli autori a contenere l'esuberanza dello show e a offrire una festa musicale senza scandalismi, adatta al pubblico giovane che rappresenta il target di MTV.

Museo Italia



Cultura e informazione, arte e divulgazione, il piacere di un viaggio attraverso i capolavori presenti non solo nei musei ma anche nelle piazze, nelle strade e nelle chiese. Dai Musei Capitolini ai Musei Vaticani, dagli Uffizi all'antichità classica fino all'arte contemporanea: una proposta culturale di grande spessore. Il programma affronta un'analisi attenta delle grandi opere d'arte. Senza mai scadere nel nozionismo di una lezione accademica, apre nuove prospettive per la conoscenza dei tesori presenti nei nostri musei. Musei che escono dalla statica funzione di severi custodi delle memorie del passato e si animano di un nuovo interesse grazie al ritmo spedito e alla formula che procede senza incertezze o luoghi comuni. Ne scaturisce l'inedita visione di un'Italia che custodisce, dentro e fuori ai musei, il 50% delle opere d'arte dell'intero pianeta. Capolavori, spesso, poco conosciuti dal grande pubblico. Il programma veicola un importante messaggio: la necessità di valorizzare beni artistici che possono costituire una fonte primaria di ricchezza per la nostra economia. Il viaggio realizzato dallo storico dell'arte Antonio Paolucci è accessibile a un pubblico trasversale e consente anche a chi non può recarsi nei luoghi descritti di avvicinarsi alla bellezza dell'arte italiana.

Rete: Rai 5
Genere: Cultura
Produzione: Rai Cultura
Regia: n.p.
Autore/Sceneggiatore: Antonio Paolucci
In onda: dall'11 marzo al 29 aprile, il mercoledì, alle 21,15
Durata: 8x60'
Ascolti medi: n.p.

Nautilus



Rete: Rai Scuola
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Piccio Raffanini
Autori: Daniela Cipolloni, Chiara Cordelli, Florinda Fiamma, Tommaso Franchini, Barbara Gubellini, Paola Manduca, Daniela Scotto
Conduttore: Federico Taddia
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al venerdì, alle 21.00
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

La divulgazione scientifica realizzata con chiarezza è la caratteristica di Nautilus, programma che racconta il mondo scientifico attraverso la testimonianza dei protagonisti.

Gli argomenti spaziano dalla chimica alla fisica, dalla filosofia all'astronomia. Il conduttore, trait d'union tra il pubblico e gli ospiti in studio, cerca di "interrogare" i protagonisti delle singole puntate sugli argomenti più interessanti. Taddia, intuisce le aspettative e le eventuali curiosità del pubblico medio sulle tematiche affrontate. Su questa base pone le sue domande agli scienziati e agli esperti della materia oggetto della discussione.

Il format, tutto italiano, è uno "spazio della conoscenza". Si cerca, infatti, di annullare le differenze fra chi spiega e chi segue il programma che, per tali motivi, risulta sempre intellegibile.

Prese le distanze dal freddo nozionismo scolastico, Nautilus propone al pubblico anche argomenti tradizionalmente non affrontati in altri programmi televisivi simili.

In quest'ottica rappresenta "il piacere della ricerca, il gusto della scoperta, l'emozione del sapere".

La validità di Nautilus è evidenziata anche dalla collaborazione con i più importanti istituti scientifici italiani.

Nessuno mi può giudicare



Un salotto al femminile nel quale, a raccogliere confidenze e piccoli segreti c'è un profondo conoscitore dell'altra metà del cielo: Diego Dalla Palma. Ogni settimana, signore del mondo dello spettacolo e della politica si raccontano e rispondono alle domande contenute in due buste: una di colore blu (con le più delicate), l'altra di colore rosso (con le più insidiose). La conversazione scorre serena, in uno studio privo di orpelli scenografici, con solo due sedie per le ospiti. L'attenzione che Dalla Palma riserva al trucco e al look delle sue interlocutrici è sempre integrata da implicazioni di carattere psicologico. Nel tentativo di comprenderne meglio la personalità, Dalla Palma si fa aiutare da Michela Coppa che, inviata nei luoghi di provenienza delle due ospiti settimanali, raccoglie testimonianze di persone comuni su di loro.

Nessun accenno al gossip di cui oramai sono pieni i salotti televisivi, ne pettegolezzi, sulla vita privata delle intervistate. Un incontro sobrio, ravvivato da una leggera vena ironica grazie alla quale Dalla Palma mette a proprio agio le sue interlocutrici. Battute delicate, mai volgari, talvolta "birichine" come lui stesso ama definirle. Insomma un salotto gradevole nel quale si va oltre l'aspetto estetico per cogliere momenti di riflessione all'insegna dell'eleganza e del buon gusto.

Rete: Rete 4
Genere: Talk Show
Produzione: Libero Produzioni Televisive
Regia: Valerio Lamberti
Autori: Diego Dalla Palma, AA.VV.
Conduttore: Diego Dalla Palma
In onda: dal 7 febbraio al 28 marzo, il sabato, alle 15,30
Durata: 8x45'
Ascolti medi: 512.000 telespettatori; 3.28% share

Notti sul ghiaccio



Rete: Rai 1
Genere: Talent Show
Produzione: Endemol Italia-Rai 1
Regia: Luca Alcini
Autori: Milly Carlucci, Giancarlo De Andreis, AA.VV.
Conduttrice: Milly Carlucci
In onda: dal 21 febbraio al 21 marzo, il sabato, alle 21,10
Durata: 5x180'
Ascolti medi: 2.939.000 telespettatori; 14.07% share

Milly Carlucci ha condotto le cinque puntate del talent su ghiaccio con la medesima eleganza e sobrietà proprie del suo stile, ma in un contesto differente e più elitario.

In atmosfere suggestive con scenografie accattivanti e musiche di sottofondo sapientemente selezionate, la padrona di casa ha presentato al grande pubblico generalista di Rai 1, una disciplina sportiva di grande appeal ma non popolare come il ballo. La sorpresa però è stata scoprire che anche molti personaggi dello spettacolo praticano, con passione, il pattinaggio. Pur riprendendo il medesimo format di Ballando con le stelle, Notti sul ghiaccio ha amplificato la spettacolarizzazione delle competizioni invitando, puntata dopo puntata, campioni del pattinaggio le cui performance hanno evidenziato la grazia dei movimenti e la levità dei corpi, caratteristiche della disciplina.

L'iniziale difficoltà dei concorrenti in equilibrio sul ghiaccio è stata superata "provando e riprovando". Il miglioramento ha evidenziato che la forza di volontà e la tenacia sono le sole armi per raggiungere l'obiettivo prefissato.

Punto debole dello show è stata la scelta della giuria. Alla mancanza di affiatamento dei suoi componenti, si sono aggiunte le carenti competenze tecniche per la valutazione corretta dei concorrenti. Unica eccezione, Gabriella Pession. E, con una inaspettata caduta di stile, si è inserito nei giudizi persino il gossip.

Nudi a prima vista



Il trionfo del trash e l'annullamento del buon gusto: una pesante caduta di stile per un'emittente come Real time che pure ha saputo proporre idee innovative. Il docu-reality è ambientato nel resort di un'isola esotica dalla vegetazione lussureggiante. Qui giovani uomini e donne incontrano coetanei senza alcun capo di abbigliamento, completamente nudi. Il fine è conoscersi per instaurare un eventuale legame sentimentale. Ogni partecipante ha a disposizione tre incontri con rappresentanti dell'altro sesso. Un ritorno al primitivo, a una tv senza orpelli, a una sorta di Eden non giustifica assolutamente la condizione imbarazzante della nudità. A svilire ulteriormente il docu-reality un contorno di elementi trash e un linguaggio volgare e grossolano infarcito di doppi sensi a sfondo sessuale. I dialoghi sono finalizzati a creare una conflittualità tra i partecipanti ma il mortificante filo rosso è sempre l'ammiccamento erotico-sessuale, quasi fosse scontato, data la loro nudità. Inoltre ogni eventuale discussione è condizionata dal ritrovarsi completamente svestiti. Il messaggio è altamente dequalificante, e il discutibile obiettivo di conoscersi senza "sovrastrukture" fallisce. Al di là dello svilimento di ogni valore etico, morale, sociale, televisivo, Nudi a prima vista rappresenta una mancanza di rispetto per il telespettatore e soprattutto per il pubblico dei minori che, a quell'ora, può essere dinanzi al piccolo schermo.

Rete: Real time
Genere: Docu-Reality
Produzione: Light Hearted Entertainment
Regia: Cico Silva, AA.VV.
Autori: Nicole San Filippo, AA.VV.
Interpreti: vari
In onda: dal 15 novembre al 3 gennaio, il sabato, alle 14,20
Durata: 8x60'
Ascolti medi: n.p.



Rete: LA7
Genere: Talk Show
Produzione: Telecom Italia Media
Regia: Francesco Giampà
Autori: AA.VV.
Conduttori: Andrea Pancani, Alessandra Sardoni
In onda: durante tutta la stagione, alle 7,00
Durata: 90'
Ascolti medi: 198.000 telespettatori; 3.67% share

Difficilmente il talk show presenta toni esagitati o sopra le righe. Difficilmente la discussione tra gli ospiti degenera in rissa. Ad Omnibus si respira un clima disteso anche per merito dei giornalisti del Tg LA7 che si alternano alla conduzione. Il talk ha uno stile prevalentemente giornalistico, le domande poste agli intervenuti sono sempre funzionali e adeguate agli argomenti trattati e tutti hanno la possibilità di esprimere compiutamente la propria opinione nei tempi necessari, senza essere interrotti dal conduttore o dagli altri ospiti nel tentativo prevaricante di imporre il proprio pensiero.

Il talk show è preceduto dalla rassegna stampa che apre la mattinata di LA7 e comprende anche lo spazio Meteo. Obiettivo fondamentale è proporre una visione, per lo più esauriente, delle tematiche di stretta attualità, prevalentemente politiche. Tutti gli interrogativi con i quali si è chiusa la giornata precedente e sui quali quotidiani continuano a proporre riflessioni, vengono approfonditi in un'ottica che spazia a 360 gradi grazie alla presenza in studio di esponenti delle differenti parti politiche.

Il programma dalla connotazione fortemente giornalistica, è ben inserito in un canale come LA7 con vocazione all news.



Stile sobrio e professionale, discussione mai sopra le righe nonostante la presenza di ospiti appartenenti a schieramenti politici contrapposti. Lilli Gruber ha accreditato il suo programma di approfondimento serale come uno spazio di confronto tra comprimari. Nessuno prevarica sugli altri grazie al "mestiere" della giornalista che riesce a contenere eventuali esuberanze, nonostante qualche sua occasionale manifestazione di partigianeria.

La conduttrice si avvale della collaborazione di Paolo Pagliaro, che firma il servizio dal titolo Il punto. Viene così fornita un'esposizione chiara e articolata del tema sul quale si imposta successivamente la discussione della Gruber con i suoi ospiti. Politica, giornalismo, spettacolo, cultura, letteratura, istituzioni, attualità: il programma è onnicomprensivo ma specifico allo stesso tempo.

Grazie al numero ridotto di partecipanti, la discussione non si perde in inutili e sterili polemiche. Ogni ospite ha la possibilità di esporre, con chiarezza, le proprie opinioni, senza i consueti toni gridati che creano confusione e impediscono una comprensione chiara da parte del telespettatore. Valore aggiunto del programma è la durata: nei 40 minuti previsti sarebbe impossibile ogni elucubrazione presente invece negli altri talk show. La sintesi alla quale vengono richiamati gli ospiti, il ritmo veloce e incalzante delle domande della Gruber, assicurano la buona qualità del prodotto finale

Rete: LA7
Genere: Talk Show
Produzione: LA7 Srl, Cairo Communication
Regia: Fabio Ballini
Autori: Lilli Gruber, Paolo Pagliaro
Conduttore: Lilli Gruber
In onda: dal 22 settembre, dal lunedì al sabato, alle 20,30
Durata: 40'
Ascolti medi: 1.426.000 telespettatori; 5.26% share

Passepartout

Ospite a sorpresa



Rete: Leonardo
Genere: Talk Show
Produzione: LT
Multimedia
Regia: n.p.
Autori: Laura Lattuada,
Alfonso Stagno
Conduttrice: Laura
Lattuada
In onda: durante tutta la
stagione, tutti i giorni,
alle 20,30
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

"Passepartout" introduce i telespettatori nelle abitazioni delle star dello spettacolo. In ogni puntata un personaggio della tv, dello sport o della cultura apre le porte della propria dimora all'attrice e conduttrice Laura Lattuada. Le caratteristiche dell'abitazione vengono mostrate nei dettagli nel corso di un'intervista dai toni confidenziali: basta anche un semplice particolare dell'arredamento per avviare il colloquio tra la Lattuada e il padrone di casa che fa da guida alle telecamere nei diversi ambienti. Così, un album di famiglia o un quadro affisso a una parete, diventano il pretesto per la conduttrice per domande sulla sfera privata e professionale e consentono all'intervistato di ripercorrere la propria carriera artistica. Un'occasione per il pubblico di osservare le star nella loro dimensione più intima, per scoprirne i gusti anche in tema di arredamento. Il valore aggiunto del programma è mettere la casa al centro delle attenzioni poichè attraverso i particolari dell'abitazione si comprende la personalità dell'intervistato. Artisti apparentemente inavvicinabili, in una sorta di umanizzazione vengono trasformati quasi in "vicini di casa". Un messaggio rassicurante, amplificato dalla domanda finale rivolta dalla Lattuada al padrone di casa: come vorrebbe che i telespettatori possano ricordarsi di lui e della sua abitazione.

Pechino Express



Pechino Express-Ai Confini dell'Asia, è stato condotto da Costantino Della Gherardesca, nel ruolo di cicerone per il secondo anno consecutivo. Il viaggio, per un totale di 8000 chilometri, è iniziato da Mandalay in Myanmar e si è concluso a Bali.

Undici le coppie in gara: i vincitori sono stati I Coinquilini (Stefano Corti e Alessandro Onnis).

Dopo un kick off scoppiettante con un Costantino al massimo della simpatia e della spontaneità, l'adventure show ha iniziato a mostrare aspetti meno rassicuranti rispetto al passato: un abuso di termini grossolani e un linguaggio intriso di parole spesso volgari, hanno caratterizzato i dialoghi tra i concorrenti. La regia non ha ritenuto necessario coprirli con i classici "bip" probabilmente per lasciare integra la spontaneità delle discussioni. Una scelta azzardata, per un programma di prima serata quando dinanzi alla tv ci sono anche i minori.

Ancora una volta le popolazioni locali hanno dimostrato un cuore grande per la disponibilità verso i "viaggiatori": la solidarietà non ha barriere soprattutto quando sono i meno fortunati a "donare" a chi, invece, sta solo partecipando ad un gioco. In quest'ottica Pechino Express-Ai confini dell'Asia ha comunicato un messaggio positivo che andava, però, valorizzato il maniera più accorta.

Rete: Rai 2
Genere: Docu-Reality
Produzione: Magnolia
Regia: n.p.
Autori: AA.VV.
Conduttore: Costantino
Della Gherardesca
In onda: dal 7 settembre
al 3 novembre, il lunedì,
alle 21,10
Durata: 10x130'
Ascolti medi: 2.238.000
telespettatori; 9,22%
share



Rete: Rai 3
Genere: Intrattenimento Cultura
Produzione: Rai
Regia: Igor Skofic
Autori: Geppi Cucciari, AA.VV.
Conduttori: Geppi Cucciari, Pietro Dorfles
In onda: dal 7 febbraio, il sabato, alle 18,00
Durata: 60'
Ascolti medi: 545.529 telespettatori; 3.62% share

Protagonisti sono gli studenti delle ultime classi degli istituti superiori che si cimentano, dinanzi alle telecamere, sui principali testi di letteratura italiana e straniera e sui loro autori. L'obiettivo è portare alla ribalta una gioventù seria e studiosa che ripudia la tv trash e guarda alla cultura come elemento indispensabile per la propria crescita personale.

Piero Dorfles, letterato ed esperto, è la colonna portante del programma; giudice imparziale e severo gestisce l'avvicinarsi delle prove, a cui gli studenti devono sottoporsi, per dimostrare la propria conoscenza del testo oggetto della gara. Particolare attenzione è stata posta, quest'anno, alla personalità dei ragazzi che raccontano le proprie aspirazioni. In quest'ottica, il programma va al di là del semplice quiz e si pone come un mini-osservatorio su una gioventù intellettualmente capace di guardare con ottimismo al proprio futuro.

Geppi Cucciari, che conduce il programma per il secondo anno consecutivo, cerca con ironia di alleggerire l'inevitabile tensione della gara. Talvolta, però, qualche battuta appare forzata e poco aderente alla struttura della trasmissione.



Talk show di approfondimento e dibattito politico affronta problematiche di stretta attualità. Scandali, corruzione, crisi economica, appalti, sprechi nei vari settori della pubblica amministrazione, sono argomenti settimanalmente discussi con ospiti e con l'ausilio di interviste, inchieste e reportage. Al centro del dibattito c'è il cittadino comune che ha la possibilità, attraverso i servizi realizzati in esterna, di far sentire la propria voce, denunciando soprusi, confessando speranze in un futuro migliore.

Ben documentato, legato al territorio e alle realtà locali, il programma propone una visione dell'Italia sotto varie angolature. Particolare non trascurabile: la denuncia sociale non è mai fine a se stessa, ma lascia intravedere anche la possibilità di una risoluzione dei problemi.

Spesso tra gli ospiti in studio e in collegamento il dibattito assume tonalità abbastanza polemiche che, però, non sfociano mai nella rissa e nel trash. Il conduttore riesce, infatti, con le proprie indubbie capacità professionali, a mantenere la discussione nei limiti del rispetto reciproco. L'obiettivo, quasi sempre centrato, è di fornire un'informazione ben articolata sulle questioni affrontate. Nonostante la durata, mediamente di circa tre ore, Formigli riesce, con ritmo incalzante e domande sempre appropriate e coinvolgenti, a tenere desta l'attenzione dei telespettatori.

Rete: LA7
Genere: Talk Show
Produzione: Magnolia
Regia: Fabio Calvi
Autori: Corrado Formigli, Alessandro Sortino, Mariano Cirino, Vittorio Zincone
Conduttore: Corrado Formigli
In onda: dal 15 settembre al 22 dicembre, il lunedì, alle 21,00
Durata: 14x80'
Ascolti medi: 950.200 telespettatori; 4.48% share

Pomeriggio Cinque



Rete: Canale 5
Genere: Intrattenimento
Produzione: Videonews
Regia: Paolo Riccadonna
Autori: Gianni Tramontano, AA.VV.
Conduttrice: Barbara D'Urso
In onda: da lunedì 1 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 17,00
Durata: 75'
Ascolti medi: 2.187.000 telespettatori; 18.75% share

La tv del dolore, del gossip e del trash trovano nei programmi di Barbara D'Urso, Pomeriggio Cinque e Domenica Live la massima espressione. La cronaca nera viene vivisezionata, i protagonisti utilizzati per incrementare gli ascolti. La conduttrice, sotto una falsa bonomia, è implacabile nella ricerca degli aspetti più impressionanti e scabrosi di ogni vicenda. Dettagli macabri, particolari morbosi poco funzionali alla vicenda narrata, vengono richiesti continuamente dalla D'Urso ai suoi "inviati". I parenti delle vittime, nell'immediatezza della tragedia, vengono portati in video e sottoposti a veri e propri interrogatori. Nel teatro di Barbara D'Urso va in onda la tragedia umana, affrontata senza l'intenzione di informare. Ma la conduttrice sottolinea continuamente come Videonews, che produce il programma, sia una testata giornalistica: tutto viene giustificato in nome del diritto di cronaca. L'estrema disinvoltura con cui si volta pagina, passando dagli omicidi al gossip è un ulteriore aspetto inquietante. Eredità di personaggi famosi come Claudio Villa, Gianfranco Funari e Gino Bramieri contese dai rispettivi parenti, starlette del sottobosco televisivo che mostrano con compiacimento l'ultimo toy boy, si alternano in una girandola di situazioni da circo Barnum. Su tutto svetta la potente orchestrazione della padrona di casa. Il contenitore di Canale 5, nonostante l'orario pomeridiano di messa in onda, non è assolutamente un programma per famiglie.

Presca Diretta



Il programma, analogamente a Report, è composto da una serie di inchieste, ciascuna delle quali dà il titolo a una puntata. L'obiettivo è approfondire questioni economiche e sociali di pubblico interesse attraverso un lavoro di ricerca che raramente si trova nei programmi d'informazione.

La squadra di Roberto Iacona offre al pubblico dei contenuti sempre interessanti, mai banali, senza scadere nella tentazione voyeuristica. Ne abbiamo avuto la conferma anche quando il programma si è occupato della prostituzione minorile. L'argomento è stato affrontato con un'indagine accurata e professionalmente valida che ha adottato un punto di vista lontano dall'abusata trattazione del fenomeno.

L'aspetto informativo, unito alla qualità dei contenuti, fa di Presca Diretta un appuntamento per qualsiasi tipo di telespettatore: una televisione di qualità che sposa la missione del servizio pubblico, contribuendo alla crescita del cittadino. Davvero un peccato che sulla redazione incomba il pericolo dei tagli economici: una trasmissione come Presca Diretta va preservata non solo come esempio di buona televisione, ma anche di valido giornalismo.

Rete: Rai 3
Genere: Informazione Cultura
Produzione: Rai
Regia: Andrea Bevilacqua
Autori: Riccardo Iacona, Francesca Barzini, Domenico Iannaccone
Condotto: Riccardo Iacona
In onda: dal 7 al 28 settembre, la domenica, alle 21,35
Durata: 4x120'
Ascolti medi: 1.558.583 telespettatori; 6% share

Quarto Grado



Rete: Rete 4
Genere: Informazione
Produzione: Videonews
Regia: Dario Calleri
Autori: Sebastiana Cutugno, Siria Magri, Gianluigi Nuzzi, Alessandra Vieri
Conduttori: Gianluigi Nuzzi, Alessandra Viero
In onda: dal 5 settembre, il venerdì, alle 21,10
Durata: 180'
Ascolti medi: 1.861.000 telespettatori; 9.09% share

Il programma si occupa esclusivamente di cronaca nera. La riproposizione, quasi ossessiva, dei particolari legati ai delitti e l'aggiornamento delle indagini sembrano richiamare la sceneggiatura di una macabra soap opera. Una sorta di voyeurismo estremamente discutibile e l'obiettivo di stimolare la curiosità del pubblico, fornendo sempre nuovi indizi spesso anche insignificanti, rappresentano una costante della trasmissione.

La consueta e continuativa riproposizione delle indagini è supportata anche dagli inviati: nei luoghi del delitto alla ricerca di novità che, se pur minime, sono indispensabili per alimentare un racconto destinato a protrarsi all'infinito.

La presenza in studio di opinionisti che discutono sui vari delitti, serve ad allestire una sorta di tribunale mediatico che addirittura precede lo stesso processo reale. Il programma punta anche sulle interviste a parenti e amici delle vittime. In un'atmosfera di apparente comprensione del dolore altrui, ma in effetti, con la solita insistente retorica senza troppi scrupoli, si mette in scena una rappresentazione quasi teatrale delle vicende oggetto di puntata.

Un feuilleton scritto a più mani sicuramente non idoneo alla messa in onda in prima serata.

Quelli che il calcio



Intrattenimento, calcio, comicità sono i pilastri del contenitore pomeridiano gestito da Nicola Savino. In un'atmosfera goliardica, con ospiti settimanali spesso in promozione, con momenti musicali e interviste ai personaggi del momento, scorrono tre piacevoli ore domenicali. Le parodie di Ubaldo Pantani, di Lucia Ocone e del duo Nuzzo-Di Biase, prevalentemente rivolte al piccolo schermo, portano alla ribalta gli aspetti più singolari e paradossali della quotidianità in tv.

Felice novità di questa edizione la presenza di giovanissimi calciatori provenienti dai vivai delle principali squadre presenti nei Campionati nazionali. Un messaggio importante finalizzato a stimolare i ragazzi all'impegno nella competizione e al rispetto degli avversari.

I giovani ospiti non hanno solo una funzione decorativa: Nicola Savino li impegna anche nel commento delle partite in corso sui campi di calcio: un coinvolgimento che sviluppa il senso critico e la capacità di valutazione. Qualità che si amplificano nel continuo scambio dialettico con i vari esperti di calcio presenti in studio.

Valore aggiunto di questo confronto generazionale è un principio educativo di grande rilevanza: l'amore e l'affezione per la propria squadra non devono mai sfociare nella violenza o in atti di prevaricazione. Peccato che, in alcune puntate, ci siano state spiacevoli cadute di stile.

Rete: Rai 2
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai
Regia: Caterina Pollini
Autori: Giovanni Benincasa, Nicola Savino, AA.VV.
Conduttore: Nicola Savino
In onda: dal 15 settembre al 31 maggio, la domenica, alle 13,40
Durata: 34x210'
Ascolti medi: 1.250.312 telespettatori; 7.16% share

Quinta colonna



Rete: Rete 4
Genere: Talk Show
Produzione: Videonews
Regia: Giorgio Bardelli
Autori: Del Debbio, AA.VV.
Conduttore: Paolo Del Debbio
In onda: dall'8 settembre, il lunedì, alle 21,15
Durata: 150'
Ascolti medi: 1.235.000 telespettatori; 5.7% share

Con la sua conduzione, Paolo Del Debbio conferisce un'impronta particolare al talk show: non si lascia mai sopraffare dai consueti litigi ma riesce, con energia, a gestire ogni imprevisto. I temi più ricorrenti affrontati riguardano la disoccupazione, la burocrazia, la perdita di lavoro da parte delle fasce più deboli. Evidente è l'impegno nel coinvolgere anche le periferie e i piccoli centri di una provincia, spesso, ignorata e abbandonata. Particolare attenzione è riservata alla gente comune a quei cittadini sui quali meno facilmente si accendono i riflettori. Un talk show, quindi, lontano da quelli patinati e radical chic presenti su altre reti che cerca di evitare, il più possibile, il consueto "politichese". Nel dibattito i politici vengono messi a confronto diretto con cittadini, rappresentanti sindacali, operai e tutte le categorie dei lavoratori. A tal fine sono presenti, in ogni puntata collegamenti con le piazze di due città italiane nelle quali, spesso, gli interventi assumono toni particolarmente esagitati. E' la rabbia della gente comune che sfoga tutto il proprio disappunto dinanzi al potere politico: un botta e risposta tra le parti mediato dal conduttore abilmente.

Reazione a catena



Nel programma due gruppi di concorrenti si sfidano in una serie di giochi basati sulla conoscenza della lingua italiana. In "Una tira l'altra" e ne "La catena musicale" ad esempio, bisogna trovare connessioni tra parole e modi di dire. In un'altra fase della trasmissione invece, "L'intesa vincente", tutto si svolge in sessanta secondi: un componente di ogni gruppo deve indovinare il termine esatto grazie alle indicazioni dei suoi compagni; ad innalzare il livello di difficoltà, il divieto di ricorrere ai sinonimi. Il game show di Rai 1 appassiona, da otto stagioni, i telespettatori: non solo si propone come una sfida televisiva coinvolgente, ma anche come uno stimolo per riflettere sulla lingua italiana e approfondirne la conoscenza. Queste caratteristiche lo rendono un programma interessante e adatto alla famiglia coralmente riunita nella ricerca delle giuste soluzioni ai quesiti. Un gioco intelligente per tutti i tipi di pubblico, una trasmissione che, grazie al format, funziona indipendentemente dal suo timoniere. Infatti, la novità dell'ultima edizione è stata l'arrivo alla conduzione, di Amadeus dopo quattro anni gestiti da Pino Insegno. Reazione a catena non solo ha mantenuto l'alta fidelizzazione del pubblico della fascia preserale ma ha ottenuto un tale gradimento da superare l'agguerrita concorrenza della pur amatissima soap opera Il Segreto su Canale 5.

Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Toro produzioni
Regia: Jocelyn Hattab
Autori: Francesco Ricchi, Stefano Santucci
Conduttore: Amadeus
In onda: da domenica 1 giugno a sabato 13 settembre, tutti i giorni, alle 18,50
Durata: 105x70'
Ascolti medi: 3.044.000 telespettatori, 23% share



Rete: Rai 3
Genere: Informazione
Cultura
Produzione: Rai
Regia: Claudio Del Signore
Autori: Milena Gabanelli, Sigfrido Ranucci
Conduttrice: Milena Gabanelli
In onda: dal 5 ottobre al 22 dicembre, la domenica, alle 21,35
Durata: 11x90'
Ascolti medi: 2.420.000 telespettatori; 10.12% share

Report è una pietra miliare nella programmazione di Rai 3. Giornalismo d'inchiesta, servizi accurati, indagini approfondite, rappresentano i punti di forza di un programma mai banale, accuratamente preparato fin nei minimi dettagli, che concilia professionalità e gradimento di pubblico. La Gabanelli, con la sicurezza di un inoppugnabile lavoro di preparazione sul campo, ha sfidato querele e polemiche riuscendo a far emergere aspetti inquietanti su problemi che spaziano dalla finanza, alla politica, dalla concorrenza sui mercati alla devastazione ambientale, dalle contraddizioni della società moderna fino all'alimentazione (memorabile il reportage sui rischi insiti nella preparazione di una semplice pizza).

Report, alla ricerca della verità, si spinge molto più innanzi degli altri programmi di approfondimento giornalistico in quanto gli inviati che curano i servizi non fanno sconti, incalzano l'interlocutore, lo inchiodano alle proprie responsabilità, nel tentativo, sempre riuscito, di raggiungere l'obiettivo: dare una risposta ai dubbi propri e dei telespettatori.

Il pubblico respira nel programma, un'atmosfera di fiducia e di credibilità sottolineata dal comportamento sobrio della conduttrice-giornalista che lancia un messaggio di grande spessore: mai arrendersi nel cercare risposte, mai fermarsi dinanzi alle difficoltà e alle eventuali intimidazioni.



Divulgazione scientifico-culturale ad alti livelli, rigore nell'esposizione, linguaggio chiaro e accessibile al grande pubblico generalista, nonostante la complessità e la diversità delle tematiche affrontate. Alternativa ai varietà del sabato sera, il programma ha analizzato argomenti raramente presenti in tv, quali i cambiamenti climatici con le conseguenze sul futuro dell'umanità, la perdita della biodiversità, l'inquinamento, l'esaurimento delle risorse minerarie. Alla discussione con ospiti ed esperti si alternano filmati e documentari di alto spessore, prevalentemente inediti, che mostrano, con immagini reali, la necessità di prevenire ulteriori e più drammatiche conseguenze.

Il conduttore Luca Mercalli, ricercatore e climatologo, nel suo ruolo di esperto, offre un'immagine propositiva del futuro dell'umanità: mostra infatti i progetti ai quali si sta già lavorando con le soluzioni possibili per modificare positivamente il corso degli eventi.

Merito della trasmissione è l'approfondimento dei temi trattati con una visione globale. I problemi, dai quali è afflitto il pianeta, sono analizzati singolarmente e collegati da osservazioni che forniscono una documentazione esaustiva.

Ulteriore testimonianza dell'interesse del programma è lo studio da cui va in onda, realizzato per l'occasione, all'interno della FAO.

Rete: Rai 3
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Claudio Del Signore
Autori: Stefano Di Giocchino, Elisabetta Marino, Luca Mercalli, Mariella Salvi
Conduttore: Luca Mercalli
In onda: dal 28 febbraio al 4 aprile, il sabato, alle 21,30
Durata: 4x110'
Ascolti medi: 1.035.992 telespettatori; 4.62% share

Sconosciuti

La nostra personale ricerca della felicità



Rete: Rai 3
Genere: Docu-Reality
Produzione: Stand by me
Regia: Flavio Bernard
Autori: Andrea Felici, Anna Pagliano
Conduttore: Non previsto
In onda: dal 19 gennaio al 27 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 20,15
Durata: 50x25'
Ascolti medi: 1.185.684 telespettatori; 4.50% share

Storie di ordinaria normalità, vicende raccontate da persone comuni che non avrebbero avuto altra occasione per presentarle in tv: questo il filo conduttore del docu-reality. Un'umanità mai doma, alla ricerca di serenità, di equilibrio psicologico, di tranquillità. Ma anche un'umanità coraggiosa, che non si arrende dinanzi alle avversità della vita e reagisce con energia e ottimismo.

Sconosciuti la nostra personale ricerca della felicità è un viaggio intimista nelle scelte di vita di gente anonima, realizzato con rispetto, senza alcuna componente spettacolare. È la dimostrazione delle infinite risorse di cui dispone ogni essere umano per fronteggiare il dolore, superarlo, ricostruire un nuovo percorso dalle ceneri di un passato, spesso, doloroso.

Ma è anche la gioiosa semplicità di persone che nel loro universo affettivo hanno dato un significato alla propria esistenza. Il racconto e le immagini presentate in tv, rappresentano un suggerimento stimolante per chi vive situazioni simili.

Così, anche la ricerca della felicità diventa un obiettivo realizzabile in quanto apre nuovi orizzonti. In una sorta di positivo "contagio", i telespettatori riescono, attraverso le storie presentate, a riconoscere emozioni e a individuare possibili soluzioni alle loro problematiche.

Da questo piccolo microcosmo televisivo deriva un grande messaggio: mai arrendersi dinanzi alle difficoltà, ma lottare per superarle.

Senza parole



Pur condividendo in linea di massima l'iniziativa di affrontare, al sabato sera, tematiche importanti come il bullismo, l'anorexia e la donazione di organi, il programma di infotainment risente di molti stereotipi della tv strappa audience. La conduttrice ha puntato tutto sulle emozioni, sui sentimenti, sulle vicende di persone comuni che, non riuscendo a comunicare un messaggio affettivo, hanno chiesto aiuto alla trasmissione. Ma la trattazione televisiva di problematiche complesse e difficili va fatta, con molta cautela, in sedi più idonee, con il supporto di esperti e psicologi. Nell'atmosfera di commozione indotta e di ricercata partecipazione emotiva, si sono inseriti anche personaggi famosi con il fine di trasmettere ai destinatari il messaggio di familiari o amici.

L'indiscussa professionalità della Clerici conferisce una certa dignità al programma che però risente troppo di elementi già sfruttati abbondantemente in tv come le oramai notissime carrambate e le stucchevoli, ma spesso coinvolgenti, storie di C'è posta per te.

Il programma ha cercato di toccare tutte le corde della facile fidelizzazione. Ci sono però storie che, pur avendo un risvolto positivo, non dovrebbero essere proposte in prima serata. Una fascia oraria nella quale è prevedibile anche la presenza di minori che, senza la guida di un adulto preparato e responsabile, potrebbero essere turbati o impressionati negativamente.

Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Ambra Banijay Italia, Rai 1
Regia: Sergio Colabona
Autori: Ivano Balduini, Filippo Cipriano, Matteo Catalano, Giona Peduzzi, Francesco Valitutti
Conduttrice: Antonella Clerici
In onda: dall'11 aprile al 30 maggio, il sabato, alle 21,10
Durata: 8x150'
Ascolti medi: 3.339.000 telespettatori; 14.5% share (fino al 30 aprile)



Rete: LA7
Genere: Talk Show
Produzione: Zerostudio's SRL
Regia: Alessandro Renna
Autori: Michele Santoro, Andrea Casadio, Giulia Cerino, Assunta Faienza, Alessio Orsingher, Antonio Lezzi
Conduttore: Michele Santoro
In onda: dal 25 settembre al 6 novembre, il giovedì, alle 21,00
Durata: 7x180'
Ascolti medi: 1.200.000 telespettatori; 5.45%

L'edizione 2014 ha riproposto il cliché già collaudato in passato: il conduttore apre la puntata con un monologo introduttivo, questa volta più "partecipato e sentito" rispetto al passato, che rappresenta il suo punto di vista sugli eventi della settimana. Santoro, che non ha mai abbandonato la denuncia sociale fin dai tempi di Samarcanda, nella sua conduzione, nonostante cerchi di apparire imparziale, non riesce a nascondere il suo credo politico e la sua opinione sugli argomenti in discussione. A volte interviene, in maniera anche brusca, tra gli ospiti scelti per rappresentare i differenti punti di vista. Anche il pubblico, che dovrebbe essere bipartisan, spesso si schiera apertamente gratificando con applausi gli interventi che condivide. Gli argomenti affrontati in questa edizione hanno analizzato, prevalentemente, aspetti della crisi economica e i problemi del lavoro con discussioni accese tra politici, sindacalisti, lavoratori e imprenditori. In particolare Santoro ha posto l'attenzione sui provvedimenti varati dal governo per cercare di superare la crisi creando nuovi posti di lavoro. Presenze fisse: Giulia Innocenzi, una sorta di spalla giovanilistica del conduttore, Marco Travaglio che, con "aria ispirata" fa il suo sermone sugli scandali recenti e il vignettista Vauro. A lui è affidato il compito di interpretare, in chiave satirica, i fatti raccontati. Peccato che la validità della sua satira spesso sfoci in una grossolana volgarità. Il talk show, pur conservando la qualità del passato, ha subito la crisi di ascolti che ha travolto indistintamente tutti i prodotti similari.

Lo sport, comprese le discipline minori, al centro dell'attenzione. I grandi protagonisti raccontati attraverso un excursus personale e professionale finalizzato ad avvicinarli al pubblico generalista. Alex Zanardi è il trait d'union fra i personaggi di puntata e i telespettatori. Esempio di coraggio e abnegazione: è riuscito ad ottenere anche dopo il tragico incidente risultati agonistici di rilevanza mondiale. Con garbo e competenza, i campioni vengono descritti attraverso filmati originali, spesso anche inediti, e con le testimonianze di chi li ha conosciuti personalmente.

Zanardi mostra una conoscenza specifica nei vari settori sportivi che presuppone un lavoro di ricerca accurata. Il programma riesce, in tal modo, a proporre un'immagine etica dello sport che implica, anzitutto, il rispetto degli avversari durante le "Sfide" e non prescinde mai dal valore sociale che ogni competizione agonistica assume nella comunità. Con saggia autorevolezza Zanardi dimostra praticamente quanto lo sport sia utile anche per la crescita intellettuale. La sua conduzione, che riesce ad armonizzare le varie parti della trasmissione, acquista un valore aggiunto per le puntuali riflessioni di alto profilo culturale mai noiose, ma soffuse, a volte, di un'elegante ironia.

Rete: Rai 3
Genere: Approfondimento Sportivo
Produzione: Stand by me
Regia: Andrea Doretti
Autori: Simona Ercolani e AA.VV.
Conduttore: Alex Zanardi
In onda: domenica 4 gennaio, alle 21,10
Durata: 60'
Ascolti medi: 1.216.000 telespettatori; 4.68% share

Si può fare



Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Ambra Banijay Italia, Rai 1
Regia: Maurizio Pagnussat
Autori: Carlo Conti, AA.VV.
Conduttore: Carlo Conti
In onda: dal 13 aprile al 18 maggio, il lunedì tranne l'8 maggio il venerdì, alle 21,15
Durata: 5x150'
Ascolti medi: 3.959.696 telespettatori; 16.02% share (fino al 30 aprile)

La seconda edizione ripropone tout-court lo schema della prima. Dodici personaggi noti del mondo dello spettacolo si esibiscono in discipline molto lontane dal proprio settore professionale.

L'esperienza e il garbo di Carlo Conti conferiscono al programma la leggerezza di un intrattenimento familiare, ma la riproposizione di performance, quasi sempre di carattere circense, nuoce alla godibile atmosfera e sfocia, spesso, nel déjà-vu.

Lo spettacolo, fruibile da un pubblico di adulti e di minori non è riuscito, in questa edizione, a presentare nuove idee che avrebbero reso lo show più accattivante. L'impegno dei personaggi che si mettono alla prova è notevole e documenta, comunque, lo sforzo necessario per raggiungere l'obiettivo prefissato anche se tutto questo non basta: le prove avrebbero dovuto essere più varie e dotate di maggior appeal.

Ai componenti del cast, decisamente meno interessanti rispetto alla prima edizione, fanno da contraltare la familiarità del conduttore e le puntuali valutazioni della giuria composta da Pippo Baudo, Yuri Chechi e Amanda Lear.

La coreografia, che accompagna le esibizioni, è sempre di ottimo livello, il ritmo veloce. I concorrenti sono compenetrati nel ruolo di apprendisti, allenati da veri maestri ed eccellenze nazionali nelle discipline oggetto della gare settimanali. Manca però quel quid che infonde l'anima a un vero show televisivo.

Sogno e son desto



Massimo Ranieri ha condotto, su Rai 1, tre nuove puntate di "Sogno e son desto", dopo il successo della prima edizione datata gennaio 2014. Il programma è ispirato all'omonima tournée teatrale dell'artista partenopeo che ha portato sul piccolo schermo un *one man show* in cui sono ben amalgamati musica, teatro, letteratura e danza. Uno spettacolo non semplice da gestire vista la durata di 3 ore circa a puntata: il conduttore però non si è mai risparmiato cimentandosi persino nel taptap. La novità, rispetto alla prima edizione, è stata la presenza fissa di Morgan e Simona Molinari. Sul palcoscenico si sono alternati, come ospiti, artisti del calibro di Gianna Nannini, Max Tortora, Boy George, Al bano, Caparezza, Ornella Vanoni, Enzo De Caro. Con loro Ranieri ha duettato in brani di musica leggera e grandi classici della tradizione napoletana. "Sogno e son desto 2" si è contraddistinto per lo spessore culturale dei contenuti, oltre che per il garbo e l'eleganza della conduzione: elementi che lo hanno reso fruibile dalle famiglie italiane. Gli adulti vi avranno ritrovato personaggi e canzoni della loro gioventù, ai più piccoli è stata data l'opportunità di conoscere artisti e modi di fare spettacolo genuini, lontani dalle tendenze alle quali sono abituati oggi. Forse Ranieri avrebbe potuto virare maggiormente verso contenuti più pop, volti a catturare un pubblico giovane che, però, lo ha seguito fedelmente grazie alla intramontabile valenza del suo repertorio musicale.

Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai 1 e Ballandi Multimedia S.r.l.
Regia: Celeste Laudisio
Autori: Gualtiero Peirce, Massimo Ranieri, Massimo Cinque, Celeste Laudisio, Simone De Rosa, Tullia Brunetto e Paola Pezzolla
Conduttore: Massimo Ranieri
In onda: dal 13 al 27 settembre, il sabato, alle 21,15
Durata: 3x157'
Ascolti medi: 3.609.000 telespettatori; 19.15% share

Storie vere



Rete: Rai 1
Genere: Cronaca
Intrattenimento
Produzione: Rai
Regia: Roberta Cerqua
Autori: AA.VV.
Conduttrice: Eleonora Daniele
In onda: dall'8 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 10,00
Durata: 60'
Ascolti medi: 933.603 telespettatori; 19.12% share

La rincorsa alla cronaca nera è l'elemento caratteristico del programma che insiste su un voyeurismo macabro e discutibile. La conduttrice con la complice collaborazione di esperti presenti in studio, illustra nei minimi dettagli il delitto analizzato, insistendo con accanimento morboso su particolari anche macabri e descrizioni quasi da medicina legale. Si arriva persino a interrogarsi sullo stato di conservazione dei cadaveri e su particolari ininfluenti per la documentazione dei casi ma finalizzati unicamente a colpire emotivamente i telespettatori. Nello studio si assiste a un vero e proprio processo indiziario che spesso si sovrappone a quello della magistratura reale. Addirittura si vanno a scovare, con la collaborazione degli inviati, testimoni che possano avere una pur minima conoscenza dei fatti sui quali si indaga. Nei collegamenti esterni si configura a volte, una vera e propria sceneggiatura preordinata come quando si è visto il cronista posizionato davanti al carcere dove è detenuto il probabile imputato. Un espediente spettacolare, una sorta di coup de théâtre che non ha nessuna funzionalità nell'economia della discussione. Il tutto non si esaurisce in una sola puntata, ma come in una soap-opera si ritorna sullo stesso delitto nei giorni seguenti. E lo si motiva con l'acquisizione di nuovi particolari che, spesso si rivelano del tutto ininfluenti. Uno spettacolo deprimente in una fascia oraria accessibile anche ai minori.

Striscia la notizia



Parodia dei seriosi e ingessati notiziari di informazione, Striscia la notizia, in 26 anni, si è accreditato come il tg satirico della denuncia sociale, dello smascheramento di truffe e sprechi della pubblica amministrazione. Un universo di presunti maghi e guaritori, di falsi medici e imbrogli viene portato alla luce dagli inviati. Novità di questa edizione la presenza come conduttori, nella prima settimana di programmazione, di Leonardo Pieraccioni e Maurizio Battista. Un esperimento non riuscito: i due non avevano i ritmi adatti per il tg satirico che ha bisogno di velocità e di un'ironia scattante e veloce. Con l'arrivo di Piero Chiambretti (poi sostituito dal conduttore storico Ezio Greggio) e di Michelle Hunziker, il trend del tg satirico è tornato alla normalità e tale è rimasto con il ritorno di Enzo Iacchetti e di Ficarra e Picone. Specchio della società e della tv, sbeffeggiata attraverso rubriche storiche come "Fatti e rifatti", "Spettegules", "Che satira tira", "I nuovi mostri", Striscia è divenuto un punto di riferimento. Uno dei rituali più attesi è la consegna del tappeto da parte di Valerio Staffelli a personaggi definiti "attapirati" perché vittime di varie contrarietà. Nonostante la validità della formula, si registrano alcune cadute di stile: linguaggio talvolta non appropriato, continui sforamenti sull'orario di chiusura e la mannaia della pubblicità che, ad un certo punto, interrompe qualsiasi servizio stia andando in onda.

Rete: Canale 5
Genere: Informazione
Satirica
Produzione: Antonio Ricci
Regia: Mauro Marinello
Autori: Antonio Ricci, Lorenzo Beccati, Max Greggio, Gennaro Ventimiglia
Conduttori: Leonardo Pieraccioni e Maurizio Battista, Piero Chiambretti e Michelle Hunziker, Ezio Greggio e Michelle Hunziker, Ezio Greggio e Enzo Iacchetti, Ficarra e Picone
In onda: dal 22 settembre, dal lunedì al sabato, alle 20,40
Durata: 30'
Ascolti medi: 5.957.000 telespettatori; 20.59% share

SuperMax Tv



Rete: Rai 2
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai
Regia: Cristiano Strambi
Autori: Max Giusti, Giuliano Rinaldi, AA.VV.
Conduttori: Max Giusti, Gioia Marzocchi
In onda: dall'8 settembre al 19 dicembre, dal lunedì al venerdì, alle 17,00
Durata: 55'
Ascolti medi: 231.000 telespettatori; 20.19% share

Il tentativo di trasportare tout court un programma radiofonico sul piccolo schermo è sempre foriero di pericoli. Non ha fatto eccezione SuperMax Tv: lo show in onda su Radio2 (Radio2 SuperMax) ogni mattina dalle 10,30 alle 12,00 condotto da Max Giusti, non ha avuto il medesimo impatto positivo sul pubblico della tv.

A eccezione della prima settimana, con contenuti costruiti esplicitamente per il piccolo schermo, Supermax Tv ha mostrato i limiti di un'operazione televisivo-radiofonica che ha sminuito le pur gioiose e ironiche atmosfere in cui vive la rispettiva trasmissione su Radio2. Il fascino evocativo della voce, proprio delle onde herziane, rimane un ingrediente fondamentale per il successo di un prodotto pensato ad uso esclusivo della radio.

SuperMax Tv è il più recente esperimento di "trasmigrazione" radiotelevisiva. In passato ci avevano provato anche Antonello Dose e Marco Presta e anche loro non ebbero maggior fortuna. Unica eccezione Fiorello, ma la trasformazione del suo programma radiofonico W Radio2 in un format televisivo prevedeva nuovi elementi spettacolari supportati da un investimento economico di grande rilievo.

L'ironia di Max Giusti e le parodie proposte alla radio, tra cui quella di Don Matteo, funzionano perché vivono in uno spazio temporale radiofonico che ne valorizza la vis comica consentendo all'ascoltatore di "vedere" con la propria immaginazione.

Tale e Quale Show



La quarta edizione del varietà, vinto dall'attrice Serena Rossi, conferma un alto gradimento di pubblico. Conduttore impeccabile, Carlo Conti guida con leggerezza e professionale competenza l'alternarsi delle esibizioni imprimendo allo show un ritmo di gradevole intrattenimento.

Le trasformazioni spesso spettacolari dei concorrenti sono frutto di accurata preparazione e di attenzione ai pur minimi dettagli. Il lavoro dei coach e degli addetti alla sala trucco, rappresenta il valore fondamentale per la riuscita dello show. È proprio la notevole somiglianza degli artisti in gara ai personaggi imitati a fare la differenza e ad accreditare il programma come un varietà vecchia maniera rivisitato all'insegna di una neo modernità accattivante, sofisticata e mai volgare.

La possibilità per i partecipanti allo show di proporsi al grande pubblico di Rai 1, in una veste differente da quella abituale ha rivitalizzato molte carriere professionali indirizzandole verso nuovi successi.

Altro punto di forza del varietà è la giuria: estroversa, familiare, goliardica, spesso trascinante. Alla signorilità e all'eleganza di Loretta Goggi, all'ironia di Claudio Lippi, si aggiunge la simpatica verve di Christian De Sica. Peccato che, spesso, alcuni suoi commenti abbiano travalicato il limite del buongusto con apprezzamenti sulle concorrenti femminili.

Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai, Endemol
Regia: Maurizio Pagnussat
Autori: Carlo Conti, Ivana Sabatini, Emanuele Giovannini, Leopoldo Siano, Mario d'Amico e Andrea Lo Vecchio
Conduttore: Carlo Conti
In onda: dal 12 settembre al 28 novembre, il venerdì, alle 21,15
Durata: 11x140'
Ascolti medi: 5.911.000 telespettatori; 26.29% share

The Voice of Italy



Rete: Rai 2
Genere: Talent Show
Produzione: Talpa Italia
Regia: Cristiano D'Alisera
Autori: Gianmarco Mazzi, Pasquale Romano, AA.VV.
Conduttore: Federico Russo
In onda: dal 25 febbraio al 27 maggio, il mercoledì alle 21,10
Durata: 14x160'
Ascolti medi: 2.909.000 telespettatori; 12.5% share (fino al 30 aprile)

La novità di questa terza edizione riguarda l'ingresso in giuria della coppia (padre e figlio) formata da Roby e Francesco Facchinetti che ha sostituito Raffaella Carrà. Il programma, il cui format è invariato, ha cercato di individuare una potenziale popstar da lanciare sul mercato discografico nostrano. Missione che, dati di vendita alla mano, è fallita nelle prime due edizioni. La prima fase delle audizioni, le blind audition, è impostata su criteri puramente meritocratici: i giudici danno le spalle ai concorrenti dei quali possono valutare solo le capacità canore. Non contano dunque l'aspetto fisico né i rigidi cliché che imperano nel mondo dello spettacolo. Infatti chi non si adegua a simili, stereotipati modelli, è sempre inesorabilmente emarginato. Il talento è il solo requisito richiesto per partecipare alla gara canora e i giudici cercano sempre di valorizzarlo nel pieno rispetto dei giovani artisti. Proprio per questo motivo non solo cantanti emergenti ma anche personaggi, che hanno già dei trascorsi artistici poco fortunati alle spalle, cercano in "The Voice" un'ultima opportunità di rilancio e affermazione. Il programma è uno show squisitamente musicale che, per i suoi contenuti, è gradito a un pubblico trasversale. Meriti del talent show, inoltre, l'assenza di volgarità gratuite e la proposta di una competizione corretta e rispettosa nei confronti degli avversari.

Torto o ragione? La macchina della verità



La striscia quotidiana precede la messa in onda de Il verdetto finale e ospita ogni giorno un personaggio del mondo dello spettacolo che viene sottoposto all'esame della macchina della verità. La conduttrice porge all'ospite di turno domande incalzanti, un vero e proprio interrogatorio mirato a scandagliare i dettagli, anche intimi, della vita privata e del suo modo di relazionarsi con familiari e conoscenti. In uno studio, che di televisivo conserva ben poco perché somiglia ad una spartana aula di tribunale, è presente anche un'altra persona che conosce bene l'imputato e ne commenta le risposte. Tocca poi al tecnico informatico Marcello Ridolfi svelare il responso della macchina che, attraverso le due diciture "vero" e "falso" stabilisce se le risposte fornite dall'ospite sono più o meno veritiere. In caso di contraddizione, l'ospite viene ulteriormente interrogato: si crea così lo spunto per ulteriori commenti da parte dei presenti. La macchina della verità fa palesemente leva sulla curiosità del pubblico e la alimenta attraverso le polemiche e gli eventi, spesso legati al gossip di cui l'ospite è stato protagonista. Il paradosso più eclatante è che il piccolo schermo, notoriamente improntato alla finzione, voglia farsi portatore di verità assolute.

Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Endemol
Regia: Andrea Apuzzo
Autori: AA.VV.
Conduttrice: Monica Leofreddi
In onda: dal 23 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 14,05
Durata: 35'
Ascolti medi: 1.556.123 telespettatori; 10% share (fino al 30 aprile)

Torto o ragione? Verdetto finale



Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Endemol Italia, Rai 1
Regia: Andrea Apuzzo
Autori: AA.VV.
Conduttrice: Monica Leofreddi
In onda: dall'8 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 14,40
Durata: 60'
Ascolti medi: 1.642.504 telespettatori; 12.50% share

La novità dell'edizione è la presenza di Monica Leofreddi che ha sostituito Veronica Maya. Il programma è impostato come una sorta di tribunale che ricorda le principali serie statunitensi, i cosiddetti "legal drama". La gestione sobria della conduttrice conferisce alle puntate un'atmosfera familiare, ma purtroppo spesso i casi trattati non sono idonei alla messa in onda in un orario accessibile alla fascia dei minori.

In studio ci sono due contendenti, ognuno con il proprio avvocato, un giudice che deve redimere la questione, gli ospiti e una giuria popolare. Sotto questo aspetto il richiamo a Forum è evidente, la differenza, invece, è la presenza dei due avvocati per l'accusa e la difesa. Le domande incalzanti e le arringhe dei legali, rappresentano la parte più vivace di quanto accade nel tribunale mediatico. I casi presentati sono generalmente: contenziosi tra familiari, conflitti per problemi di lavoro, contrasti generazionali tra adolescenti e le proprie famiglie. Ma la trattazione di tematiche delicate che coinvolgono la sfera affettiva e familiare più intima, può avere effetti negativi sulla fragile emotività dei giovanissimi telespettatori.

Merito del programma è la rappresentazione di uno spaccato sociale di ampia attualità con i suoi inevitabili contrasti. A volte, però, si ha la sensazione che, con la scelta degli argomenti trattati, si finisca per alimentare la corsa all'audience a danno della qualità dei contenuti.

Tù si que vales



Tù sí que vales ha cavalcato l'onda lunga di Italia's Got Talent nelle edizioni trasmesse da Canale 5 di cui è la perfetta fotocopia.

Stessa giuria, stessa conduttrice (Belen Rodriguez) affiancata dalla new entry Francesco Sole, proveniente dal mondo di YouTube, ma tutte le esibizioni all'insegna del déjà vu. Poche le novità: l'introduzione della giuria popolare, rappresentata da un personaggio del mondo dello spettacolo e l'ologramma di una clessidra che scandisce il tempo a disposizione dei performer. Nota dolente del programma sono le esibizioni. Nel prime time del sabato sera di Canale 5 vengono mostrati, tra gli altri, mangiatori di coltelli, escapologi che si sottopongono a esperimenti molto pericolosi, uomini che estraggono dagli occhi fili di spago precedentemente ingoiati. Spettacoli raccapriccianti e visivamente difficili da sostenere per un adulto, a maggior ragione per i telespettatori più piccoli, nei quali c'è il rischio di suscitare anche desideri di emulazione. L'aspetto trash dello show è amplificato dalle esibizioni di "concorrenti allo sbaraglio" che vengono trattenuti sul palco dai giudici solo per destare l'ilarità del pubblico. Si finisce così per oscurare le esibizioni di concorrenti che affidano al palcoscenico le speranze di veder ricompensata la lunga preparazione nelle discipline di cui sono protagonisti.

Rete: Canale 5
Genere: Intrattenimento
Produzione: Fascino PGT/Endemol Italia
Regia: Paolo Carcano e Andrea Vicario
Autori: Barbara Cappi, Walter Corda, Mauro Monaco, Giona Peduzzi, Francesca Picozza
Conduttori: Belen Rodriguez, Francesco Sole
In onda: dal 4 ottobre al 29 novembre, il sabato, alle 21,15
Durata: 9x200'
Ascolti medi: 5.010.000 telespettatori; 23.70% share



Rete: Rai 3
Genere: Talk Show
Produzione: Rai Cultura
Regia: Anna Tinti
Autori: Massimo Bernardini, Furio Andreotti, Mirco Cucina, Sebastiano Pucciarelli
Conduttori: Massimo Bernardini, Cinzia Bancone, Sebastiano Pucciarelli
In onda: dal 4 ottobre, il sabato, alle 15,00
Durata: 120'
Ascolti medi: 1.027.988 telespettatori; 7.01% share

Massimo Bernardini è il meneur de jeu del programma di approfondimento che sfrutta uno schema collaudato e funzionale a una discussione articolata sul mondo della televisione. Analisti, giornalisti, esperti, critici televisivi e studenti si riuniscono intorno ad attori, registi, conduttori per approfondire gli eventi salienti della settimana televisiva. L'analisi, prevalentemente precisa, si basa anche su un approfondimento sociologico della comunicazione che avviene attraverso il mezzo televisivo.

Il confronto dialettico fra mondi diversi come i rappresentanti del piccolo schermo e gli esponenti dei mass media, viene arricchito dal contributo di studenti che hanno la possibilità di dialogare direttamente con i protagonisti della tv. Pongono loro domande con il proposito di chiarire molti degli aspetti che, in genere sul piccolo schermo, non sono evidenziati.

Insomma, viene proposta una vera e propria analisi critica abbastanza approfondita sui principali contenuti televisivi.

Naturalmente, l'apporto degli studenti non sempre è costruttivo: infatti non si riescono, quasi mai, a definire i criteri utili per realizzare nuovi e validi format televisivi, esigenza primaria del piccolo schermo. Ampio spazio viene infine dedicato alle potenzialità del web e dei social network, con i quali Tv Talk ha un legame molto stretto d'interazione.

Il piacere della scoperta



Chiarezza espositiva ereditata dal padre Piero, linguaggio convincente, tematiche scientifiche supportate da uno staff di esperti: queste le caratteristiche che contribuiscono al gradimento del programma. Il fine divulgativo viene esplicitato già nel titolo che evoca l'Ulisse omerico, eroe ingegnoso mosso dalla continua sete di conoscenza. Ma vi si può leggere anche un richiamo al moderno Ulisse di James Joyce il cui protagonista in 24 ore compie un lungo viaggio alla ricerca di se stesso. Il programma, dunque, oltre a fornire gli strumenti per analizzare la realtà, aiuta i telespettatori a conoscere gli aspetti principali della cultura prendendo, nello stesso tempo, consapevolezza di se stessi.

Ulisse-il piacere della scoperta riesce a semplificare argomenti complessi rendendoli fruibili ad un pubblico familiare. In quest'ottica, risultano utili le ricostruzioni storiche realizzate ricorrendo a simulazioni computerizzate ed a segmenti delle principali fiction realizzate sugli argomenti trattati. Altro punto di forza è la presenza di documentari scientifici di livello internazionale. La spiegazione del DNA, i suggestivi viaggi da un capo all'altro del pianeta, la narrazione della vita quotidiana in varie epoche storiche, la ricostruzione computerizzata di città come Ercolano e Pompei rappresentano alcuni dei grandi servizi. Peccato che, in alcuni casi, siano stati proposti, in fascia protetta, servizi e immagini di dubbio gusto.

Rete: Rai 3
Genere: Cultura
Produzione: Rai
Regia: Gabriele Cipollitti
Autori: Alberto Angela, Barbara Gallavotti, Etra Palazzi, Aldo Piro, Emilio Quinto, Stefano Varanelli
Conduttore: Alberto Angela
In onda: dal 4 ottobre, il sabato, alle 21,05
Durata: 100'
Ascolti medi: 1.784.051 telespettatori; 7.22% share



Rete: Rai 1
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai, Expo 2015
Regia: Marco Aleotti
Autori: Bruno Vespa, AA.VV.
Conduttori: Antonella Clerici, Bruno Vespa
In onda: venerdì 19 dicembre, alle 21,20
Ascolti medi: 4.072.000 telespettatori; 19.57% share

Lo speciale nasce con l'obiettivo di avvicinare e preparare il pubblico di Rai 1 all'Expò 2015. Antonella Clerici e Bruno Vespa conducono una serata tra giornalismo, spettacolo, musica, attualità, cucina e tradizioni. Si punta soprattutto sulle eccellenze italiane da valorizzare a livello internazionale e, attraverso gli ospiti (da Ornella Vanoni ai ragazzi di Ti lascio una canzone), si racconta la storia recente dell'Italia. La singolarità dello speciale consiste, soprattutto, nella presenza dei bambini, veri e propri protagonisti attivi dello show. I piccoli artisti di Ti lascio una canzone cantano melodie all'insegna dell'amicizia, della solidarietà e dell'amore universale, interpretando così proprio il significato universale dell'Expò.

Il confronto generazionale tra gli italiani di oggi e di domani ha trovato la massima espressione nel breve incontro tra il Presidente del Consiglio Matteo Renzi e i bambini che hanno rivolto al Premier interessanti domande sul futuro dell'Italia. Un momento di condivisione dei problemi ma anche la speranza di affidarsi ai giovani per costruire insieme un futuro migliore. In quest'ottica la serata ha mostrato come una corretta valorizzazione dei minori in tv possa contribuire efficacemente all'economia dello show. L'importante è che i minori restino nella loro dimensione senza forzature e senza rincorrere atteggiamenti da adulti ad uso e consumo delle leggi dell'Auditel.

Il programma è articolato in puntate monografiche dedicate ai grandi artisti. L'obiettivo è valorizzare la musica made in Italy che diventa così il trait d'union tra le nuove e le vecchie generazioni. Attraverso testimonianze di colleghi, amici, esponenti della cultura musicale, viene narrato l'exkursus dei protagonisti della puntata. Un ritratto inedito delle star delle quali si ripercorre la carriera.

Il racconto dell'infanzia, dei sogni che sono riusciti a trasformare in realtà, la presenza delle telecamere nelle proprie case, contribuiscono ad avvicinare i telespettatori alle star e a inquadrarle nella loro dimensione quotidiana e meno mitizzata. Unici riesce così a scalfire l'aura di divismo che spesso il mondo dello spettacolo costruisce intorno ai cantanti, mostrandoli per quel che realmente sono: persone comuni che, grazie alla loro passione, hanno dato un importante contributo alla storia della musica.

Nel difficile momento storico che sta attraversando l'Italia, il conseguimento di obiettivi professionali e la trasformazione di sogni in realtà, grazie all'impegno costante e tenace, rappresentano un messaggio positivo per le new generation. Un invito a non smettere mai di credere in se stessi e avere fiducia nelle proprie capacità.

Rete: Rai 2
Genere: Cultura Musicale
Produzione: Rai
Regia: Giorgio Verdelli
Autori: Giorgio Verdelli, Annalisa Manduca, Silvia Fiorani, Tommaso Cennamo, Davide Fiorani, Chiara Di Giambattista
Conduttori: non previsto
In onda: ciclicamente, in prime serate speciali
Durata: 120'
Ascolti medi: 1.785.145 telespettatori; 7.03% share





Rete: Rai 1
Genere: Informazione
Produzione: Rai 1
Regia: Giuseppe Bucolo
Autori: AA.VV.
Conduttori: Franco Di Mare, Francesca Fialdini
In onda: dall'8 settembre al 29 maggio, dal lunedì al venerdì, alle 06,45
Durata: 195x255'
Ascolti medi: 956.227 telespettatori; 18.73% share

La novità dello storico contenitore mattutino di Rai 1 è la conduzione di Francesca Fialdini accanto a Franco Di Mare, tornato dopo un anno di assenza. Il programma conserva le sue linee caratteristiche: un mix di informazione soprattutto politica, talk show, elementi spettacolari, interviste, con l'attenzione rivolta ai principali fatti del giorno. La nuova conduttrice si è rivelata una presenza gradevole e mai invadente accanto a Di Mare, la cui consolidata esperienza professionale conferisce al contenitore un sobrio taglio giornalistico. Gli spazi sono equamente condivisi e il rispetto reciproco traspare chiaramente in ogni segmento della trasmissione. La commistione di vari elementi propone una visione esaustiva che spazia a tutto campo su argomenti di interesse generale grazie anche al contributo di ospiti e esperti nei vari settori: dall'informazione alla cultura, dalla divulgazione scientifica alla cronaca rosa.

In quest'ottica vanno inquadrare rubriche come "Il caffè di Rai 1", che accompagna i telespettatori dalle 06,10 alle 06,30 prima di dare inizio al vero e proprio contenitore previsto alle 06,45.

Altra caratteristica è la presenza all'interno del contenitore di numerose edizioni del Tg1 che forniscono aggiornamenti continui sulle notizie del giorno.



Il programma insiste, nel solito voyeuristico tentativo di formare coppie, anche non più giovani.

Tronisti e corteggiatori si alternano a un parterre di over 40 e anziani in cerca del proprio partner. In atmosfere trash e inquietanti, la conduttrice tesse le fila di un intreccio dei sentimenti che sacrifica l'affettività per fini spettacolari. Tutto è apparenza e finzione tra volgarità e situazioni rissose costruite da una sceneggiatura attenta a mantenere desta la morbosità di un pubblico trasversale.

Il corteggiamento, che nulla conserva dell'amor cortese tramandato dai grandi poeti, prevede continui colpi bassi nei confronti degli altri pretendenti verso i quali, spesso, si inveisce con trivialità gratuite. I giovani sono attenti solo all'aspetto fisico e alla visibilità televisiva che assicurano loro serate in discoteca. Gli incontri di coppia, documentati dai vari filmati, appaiono intrisi di un falso e retorico romanticismo. La situazione non migliora nel "trono over". Il programma, facendo leva sulla solitudine di persone anziane, approfitta del loro bisogno di affetto e spesso le rende ridicole anche con un abbigliamento inadatto. Desolante è pure il ritratto dei 40enni e 50enni che esibiscono atteggiamenti ancor più infantili e imbarazzanti dei ragazzi, con i quali condividono la superficialità nella gestione dei rapporti affettivi e la brama di notorietà televisiva. Su tutto, elemento ancor più discutibile, le performance di Tina Cipollari.

Rete: Canale 5
Genere: Talk Show
Produzione: Fascino PGT
Regia: Laura Basile, Paolo Carcano
Autori/Sceneggiatori: Maria de Filippi, Alberto Silvestri, Vanessa Collini
Conduttrice: Maria De Filippi
In onda: dal 15 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 14,45
Durata: 90'
Ascolti medi: 2.317.000 telespettatori; 20.89% share

Verissimo



Rete: Canale 5
Genere: Intrattenimento
Produzione: Videonews
Regia: Marco Beltrami
Autori: AA.VV.
Conduttrice: Silvia Toffanin
In onda: dal 20 settembre, il sabato, alle 16,15
Durata: 100' circa
Ascolti medi: 2.634.000 telespettatori; 18.91% share (fino al 30 aprile)

Attualità, gossip, interviste ai personaggi dello spettacolo: il rotocalco, condotto da Silvia Toffanin, si distingue per la scelta di non trattare la cronaca nera.

Coadiuvata da Daniele Bossari, Alvin e Jonathan Kashanian, la conduttrice confeziona, per il pubblico di Canale 5, un pomeriggio all'insegna della leggerezza e della cronaca rosa, con particolare attenzione ai gusti del target femminile.

In quest'ottica la Toffanin accoglie settimanalmente attori di fiction di successo, personaggi nazionali-popolari, ex concorrenti di talent show targati Mediaset.

Nell'ultimo anno, il salotto del sabato pomeriggio si è trasformato in una vetrina per gli interpreti della soap opera Il segreto: un vero tormentone settimanale con esclusive e servizi realizzati sul set.

Con garbo e semplicità, la conduttrice offre un intrattenimento rilassante, idoneo al fine settimana, in cui il gossip non è mai trash ma somiglia alla cronaca rosa dei vecchi rotocalchi femminili.

Le interviste agli ospiti, infatti, non sono gestite con la pruriginosa curiosità propria di altri programmi. Anche le domande più imbarazzanti sono rivolte all'interlocutore in maniera sobria e coinvolgente. La partecipazione della Toffanin appare sincera al punto che talvolta non è riuscita a contenere la commozione ed ha persino pianto dinanzi a storie particolarmente drammatiche.

Virgin Territory Aspettando la prima volta



La sfera più intima e personale di giovani di varia estrazione sociale viene data in pasto al pubblico in modo discutibile e spettacolare. Virgin Territory occupa una fascia oraria naturalmente accessibile anche al pubblico dei minori. Ipocritamente una voce fuori campo avverte che la visione da parte dei giovanissimi spettatori non può prescindere dalla presenza di un adulto. I protagonisti di Virgin Territory, di entrambi i sessi, raccontano con disinvoltura l'attesa per la faticosa "prima volta" e appaiono preoccupati esclusivamente di trovare la persona giusta per "liberarsi" della propria verginità. Mortificare, in tal maniera, problematiche delicate, che riguardano la sfera sessuale dei giovanissimi, è un'operazione televisiva eticamente scorretta. Non si possono accettare dialoghi con doppi sensi chiaramente espliciti e battute che, nella loro crudezza, non lasciano nulla all'immaginazione.

La sensazione è di voler catturare la curiosità del pubblico, non solo giovanile, con discorsi morbosi, finalizzati ad alimentare un voyeurismo di infimo ordine.

I giovani protagonisti, stimolati dalle riprese televisive, sembrano recitare una parte preparata ad arte: tutti, infatti, insistono nelle confessioni su particolari intimi che, in altre occasioni avrebbero taciuto.

Questo non è assolutamente il modo giusto per affrontare tematiche sessuali determinanti nella formazione dei giovani che, in proposito, avrebbero bisogno di adeguati supporti psicologici.

Rete: Mtv
Genere: Docu-Reality
Produzione: Endemol Usa
Regia: Jason Behnke, Jeannie Gilgenberg, Troy Rackley
Autori: AA.VV.
Interpreti: vari
In onda: dall'11 gennaio al 15 febbraio, la domenica, alle 10,45
Durata: 6x60'
Ascolti medi: n.p.

Virus

Il contagio delle idee



Rete: Rai 2
Genere: Talk Show
Produzione: Rai
Regia: Cristiano D'Alisera
Autori: AA.VV.
Conduttore: Nicola Porro
In onda: dall'11 settembre, il giovedì, alle 21,10
Durata: 150'
Ascolti medi: 1.059.748 telespettatori; 4,48% share (fino al 30 aprile)

Nicola Porro conduce il talk show con piglio giornalistico mai aggressivo. Riesce, quasi sempre, a gestire i propri ospiti in maniera da evitare risse e discussioni dai toni esagitati. Il giornalista ha preso consapevolezza del proprio ruolo superando l'iniziale disagio del passaggio dalla carta stampata al video.

Ogni settimana problemi di attualità vengono affrontati con il contributo di ospiti di diversa estrazione politica e con esperti provenienti da vari settori dall'economia all'informazione.

Il linguaggio non è mai sofisticato o pretenzioso, l'approccio risulta abbastanza popolare. Il talk show, inoltre, è strettamente collegato al web e ai social network ai quali dedica grande attenzione.

Un segmento particolare, non presente in programmi simili, è dedicato all'arte ed è affidato a Vittorio Sgarbi nel ruolo che meglio gli si addice, quello di critico. Ogni settimana viene presentato al pubblico un quadro famoso sottoposto ad un'analisi attenta e minuziosa. In modo semplice e accessibile, la storia dell'arte esce dalla ricercatezza culturale dei canali tematici per avvicinarsi, anche se in pillole, al grande pubblico della tv generalista.

Alla fine Nicola Porro dedica l'ultima parte del talk show ad una intervista faccia a faccia con un protagonista dei nostri giorni.

Viva il 25 Aprile



Con lo spettacolo suggestivo della piazza del Quirinale gremita e con i collegamenti dai luoghi simbolo della Resistenza, Fabio Fazio ha gestito un appuntamento, indubbiamente valido e ben articolato.

Ma la serata per celebrare i 70 anni della Liberazione dell'Italia dai nazisti avrebbe dovuto essere anche una festa. Con un parterre di grandi ospiti e con l'arrivo alla conclusione del Capo dello Stato, ci si attendevano atmosfere un po' meno malinconiche e una scansione dei vari segmenti più snella.

La presenza degli ospiti musicali ha contribuito ad alleggerire tematiche emotivamente impegnative. A volte si è avuta l'impressione che si avesse paura di manifestare, con gioia, la gratitudine per chi, 70 anni fa, ha sacrificato la vita per la libertà del nostro paese.

Inoltre si è avvertita, nel corso della serata, l'impostazione tipica delle trasmissioni di Fazio basate su lunghi monologhi e letture di testi. Un esempio per tutti: Vieni via con me.

Alcuni interventi, sempre interessanti, sulla ricostruzione storica dei tragici avvenimenti, sono apparsi troppo lunghi nell'economia di una trasmissione di durata limitata.

Abbiamo assistito ad un programma che, per rigore storico e completezza, è apparso più ancorato ad un canale tematico che alla prima rete di Viale Mazzini.

Rete: Rai 1
Genere: Informazione Cultura
Produzione: Rai
Regia: Cristian Biondani
Autori: Claudia Carusi, Fabio Fazio, Arnaldo Greco, Veronica Oliva, Francesco Piccolo
Conduttore: Fabio Fazio
In onda: sabato 25 aprile, alle 21,10
Durata: 125'
Ascolti medi: 4.088.000 telespettatori; 17,26% share

Voyager

Ai confini della conoscenza



Rete: Rai 2
Genere: Intrattenimento
Produzione: Rai
Regia: Sergio Spanu, Filippo De Masi, Emanuela Pesando
Autori: Roberto Giacobbo, Giulio Di Martino, Valeria Botta, Davide Fioravani, Marco Zamparelli
Conduttore: Roberto Giacobbo
In onda: dal 12 dicembre al 3 gennaio, il venerdì, alle 21,10
Durata: 4x140'
Ascolti medi: 1.724.000 telespettatori; 7.13% share

Alla ricerca dei misteri e dei segreti che si celano nelle città di cui Roberto Giacobbo mostra gli aspetti meno noti ma più interessanti. Un'atmosfera tra divulgazione scientifica e paranormale, con incursioni nei vari settori della religione, della cultura, dei grandi enigmi e interrogativi ancora non risolti: è questo l'humus in cui si muovono Giacobbo e la sua équipe.

Il conduttore passa dagli abissi marini, nei quali non esita a immergersi, alle escursioni in elicotteri che sorvolano città, montagne, zone impervie, sempre alla ricerca di un quid misterioso sul quale indagare, ma sul quale, spesso non si riesce a fornire una risposta definitiva.

Voyager è il trionfo degli opposti: dei basifondi, dei sotterranei, delle cripte misteriose, ma anche delle altezze vertiginose, dei cieli, delle astronavi. E' il trionfo dell'uomo con tutti i suoi lati più o meno oscuri ma anche di potenziali altre creature di cui Giacobbo parla in un mix tra credulità e incredulità.

Rispetto alle altre trasmissioni di approfondimento scientifico, il programma fa riferimento a molte credenze popolari e a leggende metropolitane di cui cercano le origini per fornirne una spiegazione. L'ottica particolare sotto cui Giacobbo affronta le tematiche proposte, ha consentito a Maurizio Crozza la creazione della singolare parodia "kazzenger", riferita al programma e al conduttore.

Week End



Il programma è inteso a rivalutare e valorizzare le eccellenze del made in Italy.

In ogni puntata la conduttrice propone ai telespettatori, come mete di viaggio per il week end, differenti località della nostra penisola. Vengono fornite idee, suggerimenti, informazioni di servizio per apprezzare sia una gita fuori porta che viaggi più impegnativi. Week end offre una visione "totalitaria" degli aspetti più qualificanti del nostro paese: tradizioni culturali, gastronomiche e turistiche, bellezze artistiche e paesaggistiche. L'invito al viaggio è rivolto anche ad un pubblico familiare che ama concedersi un week end non solo di relax, ma anche di arricchimento culturale. E' l'occasione per far conoscere alle nuove generazioni il patrimonio artistico e le bellezze paesaggistiche italiane ma anche per insegnare il valore del viaggio come strumento di conoscenza e formazione nell'accezione più ampia possibile. Messaggio che si dilata al di fuori del programma e assume un significato più ampio: l'importanza di viaggiare insieme, in famiglia o in gruppo, in un corale coinvolgimento generazionale. E' un invito anche per i giovani a considerare il viaggio come strumento educativo e di formazione mentale, non di semplice fuga da schemi e realtà alle quali si è diventati insofferenti. Last but not list, si sottolinea attraverso il viaggio, il riavvicinamento dell'uomo alla natura. In un periodo di violenze perpetrate sull'ambiente e sul patrimonio paesaggistico, solo conoscendo la natura si potrà imparare ad amarla.

Rete: Marcopolo
Genere: Intrattenimento Cultura
Produzione: LT Multimedia
Regia: n.p.
Autori: Iona Sermoneta
Conduttori: Iona Sermoneta
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al venerdì, alle 20,30
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

Wild Oltrenatura



Rete: Italia 1
Genere: Intrattenimento Cronaca
Produzione: R.T.I.
Regia: Alessio Pollacci
Autori: Barbara Ancillotti, Marzio Carlessi, Carolina Guidotti, Antonio Sellitto
Conduttori: Fiammetta Cicogna, Carlton Myers
In onda: dal 25 gennaio al 15 febbraio, la domenica, alle 21,10
Durata: 4x180'
Ascolti medi: 1.152.000 telespettatori; 5,04% share

Un programma con pretese documentaristiche e divulgative che si infrangono contro la realtà di immagini crude, violente, persino scioccanti, in una prima serata domenicale.

L'obiettivo di esplorare la natura selvaggia e di svelarne gli aspetti meno noti ma più cruenti non viene assolutamente centrato. La trasmissione è un continuo susseguirsi di servizi "Oltrenatura" con dettagli granguignoleschi: la telecamera indugia su particolari macabri ripresi in primo piano, come ad esempio immagini di belve feroci che smembrano esseri umani con sequenze terrificanti. Tutte le manifestazioni più devastanti della natura come terremoti, maremoti, uragani, sono documentate con realismo e hanno l'unico scopo di catturare un pubblico alla ricerca di emozioni sempre più forti. Il catastrofismo è una costante, i servizi sono estremamente ansiogeni e assolutamente inadatti per una prima serata televisiva fruibile anche da un pubblico di minori.

L'effetto di tali immagini su una psiche fragile potrebbe essere deleterio e provocare anche gravi traumi, oltre ad una destabilizzazione psico-fisica nelle fasce più deboli di telespettatori.

Anche la conduttrice, Fiammetta Cicogna partecipa, in prima persona, a imprese pericolosamente spettacolari in sintonia con lo spirito dei reportage.

X Factor



Tradizionalmente alla ricerca della nuova pop star made in Italy, X Factor, anche nell'ottava edizione, ha seguito le speranze e i sogni di centinaia di ragazzi dai casting fino ai live show. Novità di quest'anno il rinnovamento della giuria: accanto ai riconfermati Morgan e Mika si sono aggiunti Victoria Cabello e il rapper Fedez. Confermato anche Alessandro Cattelan presenza rassicurante e amichevole per i ragazzi in gara. I brani inediti, quasi tutti in inglese nel corso della semifinale, hanno rappresentato una piccola rivoluzione per il programma, che ha sempre lanciato, sul mercato discografico, nuovi artisti con singoli di debutto in italiano. I talenti in gara si sono dimostrati rispettosi delle regole, in grado di instaurare rapporti di amicizia e stima nonostante la competizione. Ulteriore conferma è venuta dalla finale, quando Irene, una delle partecipanti eliminata dalle posizioni principali, ha sinceramente gioito per i compagni rimasti in gara. Talvolta i capisquadra si sono lasciati andare a valutazioni poco felici sull'operato dei colleghi. In particolare Morgan, rimasto verso la fine, senza concorrenti, ha abdicato al suo ruolo di ottimo giudice e grande esperto musicale per assumere atteggiamenti, spesso, sopra le righe. La struttura, l'accurata selezione dei concorrenti, le coreografie, la qualità degli inediti, confermano X Factor show musicale tecnicamente riuscito, il cui messaggio è positivo: solo attraverso l'impegno e lo studio, si raggiungono risultati gratificanti.

Rete: Sky 1
Genere: Talent Show
Produzione: FreemantleMedia Italia SpA
Regia: Luigi Antonini
Autori: Lorenzo Campagnari, Paola Costa, Andrea De Cristofaro, Peppi Nocera, Stefano Sansarella, Livia Draghi, Caterina Gaia, Matteo Lena, Titta Riccagni
Conduttore: Alessandro Cattelan
In onda: dal 18 settembre all'11 dicembre, il giovedì, alle 21,10
Durata: 13x155'
Ascolti medi: 1.200.000 telespettatori; 5% share



Rete: Italia 1
Genere: Intrattenimento Cronaca
Produzione: RTI
Regia: Antonio Monti
Autori: Davide Parenti
Conduttori: Giovanna Nina Palmieri
In onda: dall'8 al 22 gennaio, il giovedì, alle 21,10
Durata: 3x180'
Ascolti medi: 1.490.000 telespettatori; 6.88% share

Presentato come uno spin off de Le Iene Show, basato sulle varie sfaccettature dell'amore e del sesso, l'edizione di XLove ha troppo spesso travalicato i limiti del buon gusto. Argomenti di solito affrontati in una tarda seconda serata televisiva sono stati invece proposti in una fascia oraria ancora protetta e accessibile al pubblico dei minori. Un target più fragile e indifeso, psicologicamente, non in grado di elaborare nella giusta maniera, le tematiche presentate.

Le inchieste realizzate sono intervallate dalle esibizioni di vari comici i cui monologhi, infarciti di doppi sensi, rispecchiano lo stile imbarazzante e grossolano degli argomenti affrontati.

XLove non rende un buon servizio alle tematiche sulle quali aveva deciso di soffermarsi. L'amore e il sesso, infatti, sbandierati in prima serata soltanto per fini spettacolari e voyeuristici, sviscerano una tv generalista che pretende di accreditarsi presso il pubblico giovanile.

Imbarazzanti, infine, alcuni servizi su personaggi discutibili come Rocco Siffredi, protagonisti di un gossip che sfocia facilmente nel trash. Se l'intento era di realizzare un insieme di lezioni sull'amore e il sesso, l'obiettivo è fallito.



Abdicare al ruolo di cabaret comico come fucina di nuovi talenti o proiettati verso la notorietà o consacrati da anni di professionalità. Rinunciare alla rilettura della società in chiave ironica per intercettare le più recenti tendenze e precipitare in un universo comico di grossolane battute monotematiche. Doppi sensi e imbarazzanti riferimenti corporali mortificano la creatività autorale che rinuncia alla nobile funzione di captare gli umori della società e si riduce ad una degradante e ridanciana ripetitività di stereotipi trash.

La 18esima edizione, oltre alla novità dell'alternanza dei conduttori, ha evidenziato un decadimento della forza comica. E' mancata l'intelligente ironia, l'incisiva interpretazione degli eventi del giorno, la robusta struttura di uno show che, salvo qualche rara eccezione, si è affidato a comici, anche rodati, ma privi di un'anima umoristica.

Il graffio satirico assolutamente inesistente, la mancanza di eleganza e del rispetto per il telespettatore e per i minori dinanzi al video in prima serata, hanno segnato la differenza con le edizioni passate.

Un cattivo esempio per il pubblico giovane a cui necessitano modelli positivi. Un disprezzo per le tematiche della famiglia, presentata come obsoleta e sull'orlo dello sfascio, ha dato un'ulteriore impronta negativa.

Rete: Canale 5
Genere: Intrattenimento
Produzione: Bananas Srl
Regia: Massimo Fusi
Autori: Luigi Vignali, Michele Mozzati, Giancarlo Bozzo
Conduttore: vari
In onda: dal 9 ottobre all'11 dicembre, il giovedì, alle 21,15
Durata: 10x120'
Ascolti medi: 3.529.000 telespettatori; 14.54% share

TV PER BAMBINI E RAGAZZI

A tutto Tino



Il programma condotto da due puppet Tino e Ciuffetto, racconta quanto accade nella casetta sull'albero dei due amici quando Tata Adriana è assente. I protagonisti coinvolgono nei giochi i piccoli telespettatori rendendoli complici anche dei loro scherzi. Questo aspetto esalta e valorizza il sentimento dell'amicizia e della solidarietà: Ciuffetto infatti, spesso è solo in quanto la mamma lavora e Tino lo accoglie sempre con gioia rendendolo partecipe della sua vita.

Nel programma ha un ruolo fondamentale anche la musica come fattore di aggregazione: Tino e Ciuffetto sono fan di una band musicale, I Dolls i cui componenti, con effetto fantastico, si animano, cantano e ballano, coinvolgendo i piccoli telespettatori.

Altro elemento istruttivo è la presenza di Andrea Pellizzari nelle vesti di Andrea l'Aggiustatutto: bizzarro personaggio protagonista di simpatiche clip in cui gioca con animali di ogni genere come giraffe, renne, foche ed elefanti. L'aspetto ludico ha un fine educativo: è il pretesto per spiegare le caratteristiche delle varie specie ai bambini di età pre-scolare.

Il target di riferimento, dai 3 ai 6 anni, si riconosce nei due protagonisti perchè vivono le medesime vicende in cui è quotidianamente coinvolta quella fascia di età.

Rete: DeAJunior(Sky canale 623)

Genere: Tv Bambini e Ragazzi

Produzione: DeA Kids

Regia: n.p.

Autori: Paola Bozzolo, Berardino Clemente

In onda: dal 15 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 20,00

Durata: 15'

Ascolti medi: n.p.

Aiuto, il mio sedere è impazzito



Rete: K2 (canale 41 digitale terrestre, 626 Sky)

Genere: Serie Animata

Produzione: Nelvana

Regia: Matt Ferguson

Autori: Mark Steinberg

In onda: da lunedì 8 dicembre, dal lunedì al venerdì alle 19,00, il sabato e la domenica alle 15,20

Durata: 30'

Ascolti medi: n.p.

La serie si distingue per una forte carica di divertimento: una vera e propria comedy con due protagonisti del tutto singolari, il dodicenne Zack e il suo amico Deuce. Il tratto originale di Zack è la consapevolezza di avere, come migliore amico, il suo sedere. Una situazione foriera di battute mai volgari ma esilaranti fanno del prodotto una serie gradita ad un pubblico non solo infantile.

Si celebra, infatti, il trionfo del cosiddetto "lato B", visto nella maniera più gioiosa e singolare possibile. I due amici sono impegnati in una vera e propria guerra contro i "sederi cattivi". In questo modo la classica suddivisione fra il bene e il male, tra lealtà e cattiveria, esistente nelle fiabe e nell'animazione per l'infanzia, viene affrontata con divertente e gradevole sens of humour.

La lotta per salvare il mondo dai sederi cattivi è un incentivo a credere nella bontà, nell'amicizia, nei valori positivi; obiettivo che viene raggiunto grazie ad una ironia di fondo, tra atmosfere ridicole e surreali, in un insieme di colpi di scena e gag del tutto inaspettate.

Una serie fuori dal comune che, attraverso la ridicolizzazione dei sederi cattivi, parla in modo chiaro, semplice, immediato, spontaneo al target di pubblico infantile e lancia un valido messaggio: spazzare via tutti i sederi cattivi significa, in effetti, creare un mondo nel quale regnino solo i buoni sentimenti.

Avengers Assemble



La serie narra le avventure di un gruppo di supereroi il cui fine è salvare il mondo dalle minacce incombenti. A capo della squadra c'è Iron Man, il geniale e solitario inventore delle Stark Industries.

Quando scopre che Capitan America è in pericolo, decide di convocare tutti gli Avengers per correre in aiuto dell'amico. Con lui ci sono il potente guerriero di Asgard e principe del tuono Thor, il supereroe più forte dell'universo Hulk, il formidabile arciere Occhio di Falco, la Vedova Nera e l'ultimo arrivato Falcon, dal volo velocissimo.

Le difficili imprese che devono fronteggiare portano necessariamente a discussioni che, a volte, sfociano in incomprensioni. Ma l'obiettivo comune della difesa del pianeta, fa superare ogni diverbio.

Gli Avengers Assemble non temono nessun nemico e nemmeno il più pericoloso dei criminali riesce ad avere la meglio su di loro, perché la vera forza dei supereroi risiede proprio nella capacità di fare squadra cooperando per il bene comune. Ne deriva un importante insegnamento trasmesso ai ragazzini che seguono la serie. Bisogna evitare gli egoismi individuali, imparare a stare insieme, aiutarsi vicendevolmente: solo così si possono superare le avversità che la vita riserva.

Rete: Rai Gulp

Genere: Serie Animata

Produzione: Marvel Studios

Regia: Joss Whedon

Autori: Stan Lee, Jack Kirby

In onda: da venerdì 20 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 16,25

Durata: 22'

Ascolti medi: n.p.

Calimero



Rete: Rai YoYo
Genere: Serie Animata
Produzione: Rai Fiction con Calidra, Disney Junior, Gaumont Animation, Studio Campedelli, TF1
Regia: AA.VV.
Autore: Marco Pagot
In onda: dal 1 novembre, tutti i giorni, alle 06,00 e alle 11,40, il sabato e la domenica alle 07,00
Durata: 11'
Ascolti medi: n.p.

Calimero è un piccolo pulcino nero con un guscio d'uovo in testa. Spinto da un'innata curiosità vive, ogni giorno, avventure diverse insieme ai suoi inseparabili amici: Valeriano, il più irruento del gruppo, Piero, l'anatra pasticciona dalla grande inventiva e, soprattutto, Priscilla, graziosa pulcina dagli occhi verdi per la quale il protagonista nutre un affetto speciale. Grazie al loro legame, i quattro superano le difficoltà quotidiane: Calimero, in particolare, che sembrerebbe scoraggiarsi subito, impara ad affrontare gli ostacoli anche quando paiono insormontabili. Il suo motto "è un'ingiustizia, però" lo caratterizza come un pulcino tenero con un forte senso della giustizia, che guida ogni sua azione. Le varie situazioni vengono vissute con il sorriso, sempre all'insegna della positività: i piccoli spettatori possono così imparare che non esiste nulla di irrisolvibile. Dall'esempio del pulcino nero si trae un ulteriore insegnamento: l'importanza della collaborazione e del reciproco aiuto. Nato nel 1963 come personaggio del Carosello, Calimero è entrato nell'immaginario collettivo coinvolgendo, nel tempo, intere generazioni e ha persino superato i confini nazionali diventando famoso in tutto il mondo.

Cuccioli

La magia che cancella il passato



I Cuccioli sono sei amici animali che vivono fantastiche avventure. La gattina Olly, il coniglio Cilindro, il ranocchio Pio, il cane Portatile, la papera Diva e il pulcino Senzanome viaggiano per il mondo, attraversano i secoli, si proiettano in affascinanti dimensioni. Nella quinta serie, la prima realizzata in 3D, i protagonisti si coalizzano contro la Maga Cornacchia che aspira ad essere eletta capo del Gran Consiglio dei maghi. Ma, essendo stata più volte sconfitta dai Cuccioli, che hanno reso inoffensive le sue magie, risulta ineleggibile. Tenta, allora, di preparare, aiutata dai suoi amici maghi, una magia che cancelli il ricordo delle sue disfatte e riesca a riabilitarla. Per contrastare le mire di Cornacchia, i Cuccioli devono ricorrere a un controincantesimo la cui preparazione richiede vari ingredienti disseminati in più parti del mondo. I lunghi viaggi che affrontano per trovarli rappresentano il pretesto narrativo per far conoscere ai piccoli telespettatori luoghi diversi della Terra. Unendo azione e divertimento, grazie a simpatiche gag, il cartone lancia un importante messaggio sull'amicizia che diventa la forza trainante dei protagonisti. Caratterialmente molto diversi tra loro, i coraggiosi animali, collaborando insieme, riescono a vanificare l'incantesimo della maga Cornacchia. Dalle loro avventure i bambini apprendono il valore dello spirito di gruppo e della solidarietà.

Rete: DeA Junior
Genere: Serie Animata
Produzione: Gruppo Alcuni, Rai Fiction
Regia: Sergio Manfio
Autori: Sergio Manfio, Francesco Manfio, Davide Stefanato
In onda: da lunedì 16 febbraio, dal lunedì al venerdì, alle 20,00
Durata: 13'
Ascolti medi: n.p.

Daniel Tiger



Rete: Cartoonito
Genere: Serie Animata
Produzione: 9 Story Entertainment, Curious Pictures, Out of the Blue Enterprises, The Fred Rogers Company
Regia: Vadim Kapridov, Nathalie Toriel
Autori: Angela Santomero, AA.VV.
In onda: dal 16 marzo, tutti i giorni, alle 19,15
Durata: 25'
Ascolti medi: n.p.

Daniel Tiger è un simpatico tigrotto di quattro anni, un po' timido ma coraggioso che vive con la famiglia. Affronta quotidianamente le esperienze di ogni bambino di età prescolare, target a cui è rivolto il canale. Le avventure del protagonista abbracciano tutte le azioni quotidiane dei piccoli spettatori che, in lui e nei suoi amici, si riconoscono facilmente. Dall'organizzazione dei giochi, alla visita dal dottore, dalla cura dell'igiene personale al racconto delle fiabe, fino al rapporto con i compagni: Daniel, attraverso le proprie emozioni, insegna ai piccoli telespettatori il senso dell'amicizia e dell'aiuto reciproco. "Sai che gli amici sempre si aiutano tra loro" canta il protagonista quando qualcuno è in difficoltà. L'inserimento di canzoncine, come in una sorta di musical, sottolinea il valore delle azioni compiute dal piccolo tigrotto ed è un ulteriore elemento che contribuisce a far comprendere al pubblico infantile l'importanza dell'amicizia e della solidarietà.

Daniel ha una famiglia ammirevole: la madre gli è vicina con consigli e suggerimenti garbati e facilmente comprensibili che propongono un modello di comportamento corretto. Rispettando la personalità del figlioletto, lo invita a non essere avventato e a riflettere sempre prima di affrontare qualsiasi problema.

Dora l'esploratrice



Dedicata al target prescolare, la serie animata ha come protagonista Dora, una bimba di 7 anni che ha una missione: aiutare chi si trova in difficoltà. Per salvare il mondo delle fiabe che sta perdendo la sua magia o per correre in soccorso di un amico, Dora è sempre disponibile e affronta i suoi viaggi in compagnia di Boots, una scimmietta affettuosa che le dà coraggio nei momenti più difficili. Con loro c'è uno Zainetto animato in cui sono contenuti tutti gli oggetti magici necessari per portare a termine le missioni.

La serie, che insegna anche i rudimenti della lingua inglese, punta soprattutto sulla solidarietà di cui Dora è l'incarnazione. La disponibilità della bimba rappresenta un insegnamento per i piccoli telespettatori. La tenacia del suo impegno, nel portare a termine le imprese iniziate, è uno stimolo a non arrendersi mai e a inseguire, con volontà e con sacrifici, l'obiettivo che ci si è proposto.

Accanto alla protagonista e al suo Zainetto ruotano altri personaggi, tra cui un cucciolo di giaguaro, un'iguana e uno scoiattolo, a cui Dora è legata da un profondo affetto. In quest'ottica si trasmette un messaggio istruttivo per i piccoli telespettatori: l'educazione al rispetto per il mondo animale.

Rete: Nick Jr.
Genere: Serie Animata
Produzione: Nickelodeon
Regia: Katie McWane, Allan Jacobsen
Autori: Chris Gifford, Valerie Walsh Valdes, Eric Weiner
In onda: durante tutta la stagione, tutti i giorni, alle 10,15
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

Doraemon

Versione restaurata



Rete: Boomerang
Genere: Serie Animata
Produzione: Shin-Ei Animation
Regia: Kozo Kusuba
Autori: Fujiko F. Fujio
In onda: da mercoledì 7 gennaio, dal lunedì al venerdì, alle 18,20
Durata: 23'
Ascolti medi: n.p.

La serie animata, presentata in versione restaurata, è basata sull'amicizia tra il piccolo Nobita e Doraemon, gatto robot proveniente dal futuro. Il simpatico quattro zampe cerca di aiutare il maldestro bambino a rimediare ai guai combinati nel presente, per migliorare il futuro che lo attende insegnandogli valori come il coraggio, la perseveranza, il rispetto per gli altri. Ben delineata la caratterizzazione dei personaggi, tra i quali Shizuka, la ragazzina per la quale Nobita nutre un profondo sentimento.

Il protagonista appare un bambino normale, simile in tutto ai suoi coetanei nella vita reale: in particolare ama guardare la televisione e si dedica, senza molta attenzione, ai suoi impegni scolastici.

Oltre la famiglia di Nobita, hanno un ruolo determinante anche gli amici con i quali, il piccolo protagonista instaura un rapporto non sempre idilliaco: Gian, ad esempio, è un bullo irascibile ma dal cuore buono.

Il messaggio positivo consiste nell'individuare, in ognuno dei personaggi, dei sentimenti validi che si possano condividere. La cattiveria insomma, viene esorcizzata attraverso un lavoro di introspezione psicologica da parte degli ideatori del cartoon. Soltanto Shizuka rappresenta una sorta di modello di perfezione: seria e giudiziosa, è la compagna adatta per Nobita che, pur essendo molto sensibile, mostra comportamenti poco consoni ad un bimbo ben educato.

Egyxos



Una action comedy animata che esplora il mondo affascinante e misterioso degli Egizi. Tenuta a battesimo da Vittorio Brumotti, campione mondiale di Bike trial e inviato di Striscia la notizia, la serie intreccia la vita di un ragazzo dei nostri giorni Leo, con vicende dell'antica civiltà egizia. Rivisitata in chiave moderna, la remota epoca storica è contaminata dalle più moderne tecnologie digitali alle quali si adeguano anche le sembianze degli stessi protagonisti. Gli Egixos sono separati in due fazioni in lotta tra di loro per la conquista del regno. A guidarle il saggio Kefer che regna per volere del padre, il faraone Ra ritiratosi volontariamente in esilio, e il malvagio Exaton pronto a tutto pur di diventare il Signore assoluto.

Nella battaglia viene coinvolto il giovane Leo, uno studente dei nostri giorni che, grazie ad un bracciale lasciatogli dal nonno, scopre di avere un potere immenso e di essere l'ultimo faraone della Terra. Da quel momento la vita del ragazzino cambia, e inizia per lui un'impresa spettacolare tra il mondo reale e gli Egyxos.

Nella serie, i particolari dell'antica civiltà egizia escono dai testi scolastici e acquistano una dimensione accattivante: la storia si fonde con l'azione e l'avventura rendendo il racconto oltre che affascinante anche educativo. Un esempio di come l'animazione possa diventare strumento di crescita culturale. Peccato che, spesso, la guerra sia rappresentata negli aspetti più violenti.

Rete: Super!
Genere: Serie Animata
Produzione: De Agostini Publishing, DeA Kids, Planeta Junior e Musicartoon
Regia: non prevista
Autori: AA.VV.
In onda: dal 22 febbraio, il sabato e la domenica, alle 10,00.
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

Emma una strega da favola



Rete: Boing
Genere: Baby Soap
Produzione: Nickelodeon
Regia: Clayton Boen, Leonardo Galavis, Arturo Manuitt
Autori: AA.VV.
Sceneggiatori: Sergio Jablon, Catharina Ledebøer, Gloria Shen
Interpreti: Paola Nicole Andino, Nick Merico, Paris Smith
In onda: da lunedì 24 novembre, dal lunedì al venerdì, alle 21,10
Durata: 25'
Ascolti medi: n.p.

Remake della telenovela latino americana Grachi, è una serie tv adattata per il pubblico statunitense. Emma è la nuova studentessa della Iridium High, ha 14 anni e si è trasferita a Miami col padre. L'adolescente, però, è diversa dalle compagne: è una strega, ed è la più forte di tutte. Amore e magia si incontrano secondo i canoni del più classico feuilleton televisivo destinato, purtroppo, al pubblico teen. Ad emergere, come elemento negativo, è la forte rivalità tra la protagonista e Maddie, la ragazza più popolare della scuola, anch'essa strega. Non manca, come nelle soap opera per adulti, il giovane personaggio "bello e conteso" sul quale convergono le attenzioni femminili. Tutto è all'insegna di sentimenti volubili, tipici dell'età giovanile sui quali, però, i "grandi" non riescono ad esercitare alcun controllo. Infatti essi stessi appaiono più infantili dei propri figli. Valori come l'affettività e il ruolo genitoriale vengono completamente disattesi. Le atmosfere intrise di magia, le gelosie e le rivalità tra le due protagoniste non costituiscono un esempio positivo per la fascia adolescenziale. Non basta il fattore unificante dell'amicizia che le aiuta a superare le difficoltà.

Fumbles



L'obiettivo del programma è insegnare la lingua inglese ai bambini senza dare la sensazione scolastica dell'apprendimento. I fumbles rappresentano dei minuscoli e dispettosi esserini che nascono ogni qualvolta si compie un errore di spelling. Questa la base sulla quale si cerca con semplicità una valida soluzione didattica. Al centro della serie una simpatica e bizzarra educatrice, Mrs Spelling. La teacher vive in una casa colorata alle prese con numerosi fumbles. Il divertimento educativo nasce dalla constatazione che, quando i bambini commettono un errore di ortografia, viene fuori questo divertente e bizzarro esserino che ossessiona Mrs Spelling. La signora inglese, allora, cerca di convincere i fumbles a restituire la lettera sbagliata dell'ortografia. Nel panorama delle trasmissioni dedicate all'apprendimento della lingua inglese, Fumbles si distingue per essere una sorta di show linguistico basato su situazioni divertenti che coinvolgono l'immaginario dei bambini. L'errore ortografico assume quasi realtà umana e viene dotato di una propria personalità. Irrispettosi, irriverenti e "sbagliati", i Fumbles rappresentano quasi degli eroi imperfetti ma divertenti sui quali si fa affidamento per ricordare la parola giusta.

Rete: DeAJunior
Genere: Tv Bambini e Ragazzi
Produzione: JB Production
Regia: n.p.
Autori: Teresa Pascarelli
In onda: da martedì 6 gennaio, tutti i giorni, alle 19,55
Durata: 8'
Ascolti medi: n.p.

Fuori di specie



Rete: K2
Genere: Serie Animata
Produzione: Nerd Corps Entertainment
Regia: AV.VV.
Autori: AV.VV.
In onda: da lunedì 6 aprile, dal lunedì al venerdì, alle 19,05
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

Lo scoiattolo Merl, il gabbiano Gull e il coniglio Pickle sono i protagonisti della serie animata.

I tre amici abitano "come una grande famiglia unita" nel tronco di un albero nel quale danno vita a gag scatenate. Come avviene in altri prodotti destinati ai più piccoli, secondo una tendenza oramai consolidata negli ultimi anni, gli episodi sono autoconclusivi e privi di una organica storia di fondo.

Fuori di specie, infatti, si caratterizza per la reiterazione di situazioni surreali. I tre personaggi sono al centro di sketch divertenti ambientati sempre nel tronco cavo del loro albero. Il ritmo è incalzante, ognuno dei tre protagonisti non si risparmia e, al di fuori di ogni controllo, si comporta in maniera frenetica. Tale super-attività finisce per procurare una serie di disastri, dinanzi ai quali gli animali cercano un rimedio. Ma non fanno altro che rendere ancora più "scombinata" la situazione.

Pur nella loro diversità "di specie" lo scoiattolo, il gabbiano e il coniglio ribadiscono ripetutamente di essere una famiglia. E come dei veri fratelli, ai giochi affiancano scherzi e dispetti reciproci. Ma, alla fine, mostrano di essere uniti da un solido e affettuoso legame che supera ogni differenza.

Al di là del divertimento e dei vari siparietti umoristici, nella serie si esalta la solidarietà come modello da trasmettere ai giovani telespettatori.

Gulp Girl



Gulp Girl è l'appuntamento quotidiano di Rai Gulp dedicato al make up, al look e all'hair stylist. In ogni puntata viene scelta una protagonista del mondo della musica, del cinema o dello spettacolo, se ne analizza il look e lo si ripropone con dei tutorial affinché anche i telespettatori da casa possano ricrearlo. Presenta Benedetta Mazza che introduce i contributi video sulla carriera e sullo stile della star molto care alle teen agers. Tra un filmato e l'altro, la conduttrice si affida alla truccatrice Federica Gerbaldo e alle stylist Giulia Accornero e Francesca Cibischino che, su di lei, ripropongono il look in questione.

Per aggiungere un ulteriore elemento di contemporaneità e di vicinanza al linguaggio e alle abitudini delle giovani telespettatrici, a conclusione di ogni puntata Benedetta Mazza e le sue colleghe posano per un "selfie" con lo smartphone.

Il programma è indirizzato a un pubblico femminile di teenager, delle quali viene stimolata la creatività attraverso i propri beniamini del mondo dello spettacolo.

Il fine è di rivolgere alle giovanissime l'invito a ricercare uno stile personale, aiutarle a crearsi una propria identità in una fase così delicata della loro vita, come quella di transizione dall'infanzia all'età adulta.

Il tutto in atmosfere semplici e coinvolgenti.

Rete: Rai Gulp
Genere: Tv Bambini e Ragazzi
Produzione: Rai
Regia: Sabatina Castrovilli
Autori: Viola Ranalletta, Lucia Rossetti e Monica Setta
Conduttrice: Benedetta Mazza
In onda: da mercoledì 1 ottobre, dal lunedì al venerdì, alle 18,20
Durata: 25'
Ascolti medi: n.p.



Rete: Rai Gulp
Genere: Tv bambini e ragazzi
Produzione: Rai Ragazzi
Regia: Paolo Severini
Autori: Daniela Attilini, Michele Bertocchi, Filippo Di Giacomo, Vincenzo Vollero
Conduttrice: Greta Pierotti
In onda: da domenica 5 aprile, tutti i giorni, alle 18,00
Durata: 13'
Ascolti medi: n.p.

Un viaggio all'interno del mondo televisivo alla scoperta del "dietro le quinte", di tutto quanto non è percepibile agli occhi del telespettatore nella realizzazione di un programma o di una fiction. La scoperta di un mondo parallelo nel quale balzano in primo piano, non solo i conduttori e gli attori, ma soprattutto figure professionali quali registi, operatori di ripresa, montatori, produttori.

La particolarità è la visione speciale offerta dalle testimonianze e dal racconto di protagonisti nascosti che svelano segreti, curiosità, episodi inediti, nel corso della loro esperienza dietro le quinte della tv e mostrano, attraverso fatti concreti, come la realizzazione di ogni programma sia possibile solo grazie ad un serio e coordinato lavoro di gruppo.

Vengono evidenziate varie figure professionali. Ognuna, con le proprie mansioni, contribuisce a creare un tassello del prodotto televisivo che si integra con i personaggi noti, quelli che appaiono in video nel ruolo di conduttori, attori, inviati.

Il programma, oltre a penetrare nel cuore pulsante dell'universo televisivo, documenta la validità del lavoro di équipe che, con la perfetta sintonia tra le varie componenti, determina la riuscita di ogni singolo progetto.

Indicazioni utili per i giovani telespettatori per comprendere l'importanza del lavoro di gruppo e avere un orientamento sulla scelta della professione da intraprendere.



La serie racconta le vicende di Hank Zizper, un ragazzino di 12 anni che vive a New York. Hank si accorge di avere problemi a scuola: a differenza dei suoi compagni infatti, fatica ad apprendere, divenendo così il bersaglio dei suoi coetanei. Il ragazzino scopre di essere dislessico, ma per fortuna non è solo. Lo aiuta l'insegnante di musica Mister Rock, grazie al quale riesce ad affrontare le difficoltà scolastiche. Hank è inoltre sostenuto dagli amici Ashley Wong e Frankie Townsend, due compagni che ne comprendono il disagio e solidarizzano con lui. Il protagonista possiede una grande inventiva che, sommata alla consapevolezza delle proprie difficoltà di apprendimento, lo porta a ideare soluzioni creative per risolvere i problemi che gli si presentano quotidianamente. La serie di Disney Channel concentra l'attenzione su un disturbo reale che riguarda molti bambini e si fa portatrice di un messaggio positivo: non scoraggiarsi mai davanti alle avversità, perché grazie all'affetto delle persone che ci circondano, possiamo riuscire a superarle. Un messaggio che viene trasmesso con ironia grazie ad una figura gradita anche ai genitori per motivi anagrafici: il professore di musica Mister Rock è infatti interpretato da Henry Winkler, l'indimenticato Fonzie di Happy Days. L'attore conosce bene la dislessia, in quanto l'ha vissuta in prima persona, ed è proprio ricordando la sua infanzia, che ha scritto la collana di libri "Hank Zizper il superdisastro", da cui è stato tratto il soggetto della serie.

Rete: Disney Channel
Genere: Serie Tv per Ragazzi
Produzione: BBC, DHX Media, Kindle Entertainment
Regia: Matt Bloom, Rebecca Rycroft
Autori: AA. VV.
Interpreti: Nick James, Jayden Jean-Paul Denis, Henry Winkler, Chloe Wong
In onda: da lunedì 19 gennaio, dal lunedì al venerdì, alle 18,25
Durata: 26'
Ascolti medi: n.p.

I Dalton



Rete: K2
Genere: Serie Animata
Produzione: Xilam, Dargaud Media
Regia: Olivier Jean-Marie, Jean-Francoise Henry
Autori/Sceneggiatori: Jean-Yves Raimbaud
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al venerdì, alle 19,55
Durata: 7'
Ascolti medi: n.p.

I Dalton, serie televisiva franco-canadese animata, ha per protagonisti quattro fratelli rinchiusi in una prigione del Nevada di fine '800. Joe, Jack, William, Averell, hanno un unico obiettivo: evadere dal carcere. Progettano piani ingegnosi che, puntualmente, falliscono e si concludono con il loro mesto ritorno nel penitenziario. Joe, il più piccolo di statura e maggiore di età, è la mente criminale del gruppo. Carattere piuttosto irascibile, è l'ideatore dei piani di evasione. I gemelli William e Jack sono i più equilibrati ma sono costretti a subire le decisioni di Joe. Averell è il più giovane e alto della famiglia Dalton: i suoi atteggiamenti stupidi e infantili compromettono la riuscita dei piani di fuga. Personaggio positivo è la dolce Signorina Betty, educatrice del penitenziario che ha a cuore la sorte dei detenuti. Completano il team di sorveglianza le guardie incompetenti Pit e Emmet e Rantanplan, un cane dal dubbio talento poliziesco. I rapporti che intercorrono tra i quattro fratelli sono litigiosi, come spesso accade nella realtà. Ma a suscitare la simpatia dei giovani telespettatori a cui è rivolto il cartoon (bambini dai 7 ai 14 anni) è il carattere rocambolesco delle avventure, la personalità dei quattro fratelli, l'ingenuità dei piani di fuga. Il puntuale ritorno in carcere, alla fine di ogni episodio, simboleggia la vittoria della giustizia che riporta in prigione gli evasi. Per il resto non esistono ulteriori elementi di rilievo pedagogico.

I pinguini di Madagascar



Skipper, Kowalski, Rico e Soldato sono i quattro pinguini dello zoo di Central Park a New York. Ogni giorno, tutti insieme, quasi fossero un'unità militare, partono in "missione" eludendo la sorveglianza della guardiana. Tante le avventure vissute nello zoo da difendere dai nemici che costituiscono una minaccia. L'impegno è duplice: proteggere gli animali sia dai visitatori inopportuni che dagli stessi inquilini rinchiusi nello zoo: tra questi il malvagio delfino Dottor Blowhole, di cui i pinguini sventano i piani per conquistare il mondo. "Carini e coccolosi" davanti ai turisti Skipper, Kowalski, Rico e Soldato nascondono, invece, un lato avventuroso. Ciascuno di loro possiede una particolare capacità: Skipper è il leader paranoico del gruppo, Kowalski l'inventore dalle mille soluzioni, Rico è l'addetto alle bombe, mentre Soldato, nonostante sia il più giovane e il più ingenuo, non viene escluso dalle missioni dei suoi compagni. I pinguini di Madagascar perseguono il bene comune, obiettivo per cui si impegnano, suscitando spesso l'ilarità degli spettatori. Unico appunto: la disinvoltura con cui maneggiano le armi e utilizzano Soldato come cavia, non è un esempio proprio edificante per i bambini a cui è rivolto il prodotto.

Rete: Boing
Genere: Serie Animata
Produzione: Dreamworks Animation, Nickelodeon
Regia: Tom McGrath
Autori: Eric Darnell, Tom McGrath
In onda: durante tutta la stagione, tutti i giorni, alle 07,00 e alle 23,00
Durata: 13'
Ascolti medi: n.p.

Jake e i pirati dell'isola che non c'è



Rete: Disney Junior RaiYoYo
Genere: Serie Animata
Produzione: Walt Disney Pictures Television
Regia: Howy Parkins
Autori/Sceneggiatori: Bobs Gannaway
In onda: durante tutta la stagione, tutti i giorni, in vari orari
Durata: 20'
Ascolti medi: n.p.

La ciurma di giovanissimi pirati, guidati da Jake, affronta una serie di imprese spettacolari lottando contro il nemico storico il feroce Capitan Uncino e il suo equipaggio composto, tra gli altri, dal nostromo Spugna e dai marinai Randa e Fiocco. La particolarità della serie è la presenza, in un mondo tradizionalmente maschile, di una giovane pirata Izzy che nasconde una polvere magica in grado di farla volare.

Nel cercare tesori tra le varie isole, Jake, in possesso di una spada donatagli da Peter Pan, è aiutato, tra gli altri, da Cubby e da Skully il pappagallo parlante. Naturalmente Capitan Uncino e il suo equipaggio ne ostacolano le imprese per impadronirsi del bottino, ma sistematicamente vengono sconfitti. La corsa per ritrovare i tesori nascosti ha un valore aggiunto: per ogni impresa portata a termine, si guadagnano anche dobloni d'oro che poi vengono custoditi nel forziere.

Interessante, in un ambiente tipicamente maschile, l'attenzione riservata all'universo femminile con la presenza di personaggi, come la principessa pirata amica del gruppo, che ha una bacchetta magica in grado di produrre arcobaleni.

La colonna sonora, notevolmente curata, rende ancor più accattivanti le immagini. La serie sottolinea lo spirito di collaborazione e di solidarietà del gruppo al quale si affiancano anche fantastici animali marini.

Junior Eurovision Song Contest 2014



Giunto alla dodicesima edizione, lo "Junior Eurovision Song Contest" si è svolto quest'anno alla Malta Shipbuilding di Marsa. Alla competizione canora, riservata ai ragazzi di tutta Europa di età compresa tra i 10 e i 16 anni, ha partecipato, per la prima volta l'Italia con il 14enne Vincenzo Cantiello, proveniente dal talent show Ti lascio una canzone. Unico ragazzo in gara all'interno di un cast femminile, grazie al brano "Tu primo grande amore" si è classificato al primo posto. Il conduttore Simone Lijoi ha commentato la manifestazione per i telespettatori di Rai Gulp che l'ha trasmesso in diretta.

16 i concorrenti che si sono avvicendati sul palco proponendo in molti casi brani di natura pop-dance, freschi e adatti alla loro età. Molti cantanti hanno portato in scena esibizioni curate anche dal punto di vista scenografico e coreografico, proprio come aspiranti popstar. I giovani artisti hanno provato l'emozione di essere star della musica per una sera, senza esibire atteggiamenti da adulti e inutili divismi. Una grande festa per giovanissimi, allegra e colorata, che non ha lasciato spazio a feroci rivalità e voglia di sconfiggere gli avversari. Un bell'esempio per i telespettatori più piccoli, invitati a vivere occasioni come questa con la giusta leggerezza e come opportunità di crescita e di confronto con i coetanei a livello internazionale.

Rete: Rai Gulp
Genere: Tv Bambini e Ragazzi
Produzione: European Broadcasting Union - Servizio Pubblico Radiotelevisivo Maltese
Regia: n.p.
Autori: AA.VV.
Conduttrice: Moira Delia
In onda: sabato 15 novembre, alle 19,00
Durata: 120'
Ascolti medi: 151.000 telespettatori; 0.66 % share

Kung Fu Panda

Mitiche avventure



Rete: Rai Gulp
Genere: Serie Animata
Produzione: DreamWorks Animation, Nickelodeon Productions
Regia: Michael Mullen e AA.VV.
Autori: Douglas Langdale e AA.VV.
In onda: dal 10 settembre, tutti i giorni, in vari orari
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

Nata sulla scia del successo del film di animazione prodotto dalla DreamWorks, la serie segue il panda Po nel suo percorso per diventare Guerriero Dragone. Un ruolo a cui il goloso panda sembrerebbe predestinato, ma difficile da conquistare per la sua mole ingombrante. Diventare un esperto di arti marziali costa a Po rinunce, privazioni e duro lavoro.

Simpatico e goffo, il panda però, non si perde mai d'animo: il suo obiettivo è impegnarsi per difendere la Valle della Pace. Al suo fianco il leggendario maestro di kung fu Shifu e i guerrieri definiti Cinque Cicloni: Tigre, Scimmia, Vipera, Mantide, Gru. Ciascuno appartiene a una specie diversa, non solo per le dimensioni ma anche per le specifiche qualità nel combattimento. Tutti forti e temibili sconfiggeranno i nemici in ogni puntata.

I Cinque Cicloni sono i modelli ai quali il protagonista si ispira con ammirazione. Meno esperto degli altri, il panda Po si distingue per una ferrea determinazione grazie alla quale conquista rispetto e fiducia.

Kung Fu Panda-Mitiche avventure insegna ai più piccoli che il raggiungimento dei propri obiettivi richiede impegno e sacrificio ed esalta il valore dell'amicizia: per superare gli ostacoli è determinante il contributo dei compagni.

Prodotta con la tecnica di animazione del CGI, la serie si colloca temporalmente tra il primo e il secondo film di Kung Fu Panda.

La Dottoressa Peluche



La serie ha come protagonista Dottie, una bimba di 6 anni che riesce a parlare con i giocattoli e gli animali di stoffa. Nel ruolo di una mini dottoressa assiste i suoi piccoli pazienti e li "cura" quando lamentano malesseri propri della loro condizione come ad esempio le pile scariche.

Magicamente i giocattoli si animano quando la piccola dottoressa li tocca con il suo stetoscopio. Ma la presenza di un adulto annulla l'incantesimo.

Accanto a Dottie, ad aiutarla nella sua clinica, ci sono gli amici di peluche: Draghetto, orgoglioso ma sincero, Bianchina, pecorella affettuosa, Hallie, premuroso e sempre allegro ippopotamo infermiere. E ancora Squittino, pesciolino dalla voce squillante e Nevino, pupazzo di neve, il più bisognoso di cure.

La serie ha finalità educative poichè insegna innanzitutto ai piccoli telespettatori a prendersi cura della propria salute. Il target prescolare, al quale è rivolta, impara così, anche nelle piccole azioni quotidiane, l'importanza dell'igiene e delle pratiche necessarie per non ammalarsi. Ulteriore messaggio positivo, è l'importanza del "lavoro di gruppo". Dottie si fa sempre aiutare dagli amici nel suo impegno verso i piccoli giocattoli di peluche che, quando si animano, si comportano come bambini veri.

Rete: Rai YoYo
Genere: Serie Animata
Produzione: Brown Bag Films
Regia: Norton Virgjen
Autori: Robbie Rist, Lara Jill Miller, Kiara Muhammad, Jess Harnell, Chris Nee
In onda: da domenica 15 marzo, tutti i giorni, alle 20,00
Durata: 25'
Ascolti medi: n.p.

L'albero azzurro



Rete: Rai YoYo
Genere: Tv Bambini e Ragazzi
Produzione: Rai
Regia: Pierluigi Pantini
Autori: Daniela Attilini, Silvia Barbieri, Oreste Castagna, Titty Cercelletta
Conduttori: Andrea Beltramo, Laura Carusino, Oreste Castagna
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al venerdì, alle 08,30
Durata: 16'
Ascolti medi: n.p.

Programma Rai dedicato ai bambini, in video dal 1990, ha trasmesso valori positivi e buoni sentimenti a generazioni di piccoli telespettatori conquistando anche il pubblico adulto.

Protagonista è Dodò, un uccello di pezza che vive dentro un grande albero azzurro con una foglia magica, la Fogliolina Bambina. Le infinite curiosità e il desiderio di esplorare il mondo, affascinano da sempre i giovanissimi estimatori del protagonista nelle cui caratteristiche infantili si riconoscono. Dodò, infatti, sa essere anche pigro, dispettoso e geloso.

Insieme a Gipo e Laura vive nuove esperienze, viaggiando in una dimensione parallela a cui si accede grazie a Fogliolina, che si trasforma in un tappeto volante.

In un'atmosfera ludica e gioiosa, in ogni puntata, a seconda del tema dell'episodio, viene insegnato ai bambini un vocabolo nelle varie lingue del mondo, spaziando dall'inglese al danese, dal francese al tedesco.

L'albero Azzurro è un programma di alto profilo educativo dedicato al target prescolare, la cui fantasia viene costantemente stimolata attraverso messaggi finalizzati all'apprendimento. Tra filastrocche e canzoni, culture differenti, vecchie favole, antichi mestieri, tradizioni di altri popoli, L'albero azzurro è la perfetta sintesi di un universo televisivo a misura di bambino.

Le storie di Gipo



Gipo il folletto scribantino e la Fata Ariele realizzano sculture di carta, raccontano storie, recitano filastrocche. Le atmosfere in cui si muovono sono legate a storie e giochi della tradizione popolare e rappresentano uno spazio di alto valore educativo. Intorno al pozzo magico, infatti, il folletto del Fantabosco Gipo rievoca dal "libro dei giochi del tempo che fu", gli infantili ma costruttivi divertimenti di un tempo.

Abituati allo schermo di un tablet o alle interazioni digitali, i bambini di oggi possono riscoprire la semplicità e la manualità dei giochi antichi quali le biglie e i birilli.

Gli amici di Gipo ricevono dal pozzo la "fantasia del giocare", che stimola creatività e immaginazione e consente di affacciarsi ad una dimensione ludica più consona alla loro età. Nonostante gli scherzi di Vento Dispetto che rovina le sue opere e cerca di ostacolarlo, Gipo non si perde d'animo: incoraggiato dai bambini e aiutato da Fata Ariele, vincerà sempre sul "ventaccio" il quale teme la fantasia e i colori. E' un ulteriore messaggio positivo che stimola i piccoli a superare ogni difficoltà con spirito di collaborazione.

Momento saliente del programma è la "gioco storia", in cui Gipo narra una favola a tema con l'ausilio di alcune animazioni. La domenica, invece, lo spazio "Fiordartista" ospita bambini talentuosi: musicisti, ballerini, giocolieri con l'obiettivo di avvicinare al mondo dell'arte e della musica i piccoli telespettatori.

Rete: Rai YoYo
Genere: Tv Bambini e Ragazzi
Produzione: Rai
Regia: Pierluigi Pantini
Autori: Daniela Attilini, Silvia Barbieri, Nicole Bianchi, Oreste Castagna
Conduttori: Oreste Castagna, Greta Pierotti
In onda: dall'8 febbraio, il sabato e la domenica, alle 10,10
Durata: 16'
Ascolti medi: n.p.

Le straordinarie avventure di Jules Verne



Rete: Rai Gulp
Genere: Serie Animata
Produzione: Lux Vide, Musicartoon, Rai Fiction
Regia: Enrico Paolantonio
Autori: AA.VV.
In onda: da settembre a novembre, dal lunedì al venerdì alle 11,35 e dal 26 novembre al 12 dicembre, dal lunedì al venerdì alle 19,05
Durata: 26'
Ascolti medi: n.p.

Jules Verne ha 16 anni e sogna di diventare uno scrittore. Il ragazzo è destinato a diventare uno dei più grandi romanzieri di tutti i tempi, colui che narrerà immaginifiche avventure sotto i mari, in aria, persino al centro della terra. Ma Jules Verne quelle esperienze fantastiche le ha vissute davvero. La serie animata, realizzata con cura, racconta i viaggi che il giovane Jules trasformerà, da adulto, in storie che si imprimeranno nell'immaginario collettivo. Ogni episodio è ispirato a uno dei romanzi dell'autore francese: da "Ventimila leghe sotto i mari" a "Il giro del mondo in 80 giorni", da "Michele Strogoff" a "Viaggio al centro della Terra". Jules è affiancato dall'amica Amelie, figlia del giornalista Artemius. L'uomo è sempre in viaggio, seguito da un team di esploratori di cui fanno parte anche i due ragazzi: la loro missione è impedire che il perfido capitano Nemo, vecchio amico di Artemius, riesca a realizzare il suo progetto di conquistare il mondo grazie alle sue sofisticate invenzioni tecnologiche. Coniugando avventura e divertimento, "Le straordinarie avventure di Jules Verne" esplora le opere dello scrittore secondo una nuova chiave di lettura in cui l'intrattenimento si unisce all'apprendimento dei giovani telespettatori. Il cartone, attraverso la figura del protagonista, avvicina i ragazzi alla cultura proponendola in maniera avvincente e mai nozionista.

Masha e Orso



Ispirata a una celebre fiaba popolare, la serie di animazione russa ne capovolge i ruoli: se nella favola originaria era una bambina a fuggire da uno spaventoso orso, qui è l'animale ad essere tormentato dalla piccola. Masha è bionda, ha gli occhi azzurri e un carattere vivace. Orso, invece, è docile e mansueto, amante della tranquillità. Ma è costretto a subire le intemperanze della piccola che, puntualmente, sconvolge la sua serena quotidianità. La serie è realizzata in episodi a forma di gag e gioca su due fronti: da una parte il carattere impetuoso di Masha e le sue piccole dimensioni, dall'altra la pazienza, sempre messa a dura prova del gigantesco pachiderma. Il contrasto tra questi elementi è accentuato dall'affetto di Orso che, pur manifestando il suo disappunto e il suo timore per le imprese della piccola e pestifera amica, finisce per accondiscendere a tutte le sue richieste. Rivolta a un target prescolare, la serie, attraverso la lente dell'ironia e del divertimento, lancia un messaggio che travalica la fiaba: anche tra personaggi diversi e apparentemente lontani tra di loro, si può stabilire un rapporto di affettuosa e complice amicizia. Molto curati i disegni delle varie specie animali co-protagonisti, realizzati con una brillante varietà cromatica.

Rete: Rai YoYo
Genere: Serie Animata
Produzione: Art & Science Production, LLC
Regia: Oleg Uzhinov
Autore: Oleg Kuzovkov
In onda: da lunedì 23 marzo, tutti i giorni, in vari orari
Durata: 7'
Ascolti medi: n.p.

Max e Ruby



Rete: Nick Junior
Genere: Serie Animata
Produzione: Nelvana, Silver Lining Production
Regia: AA.VV.
Autore: Rosemary Wells
In onda: da lunedì 1 settembre a martedì 30 dicembre, tutti i giorni, alle 09,00 e alle 21,00
Durata: 24'
Ascolti medi: n.p.

Max e Ruby sono due coniglietti bianchi. Ogni giorno Ruby, la sorella maggiore, cerca di coinvolgere il fratellino nei suoi giochi, raccomandandogli di comportarsi bene soprattutto in presenza delle sue amiche. Max, puntualmente, disattende le indicazioni e, a volte, anche senza volerlo, finisce per creare disastri e rovinare i piani della sorella.

Nonostante la delusione iniziale Ruby non si adira. Consapevole di essere più grande e responsabile cerca, con pazienza, di riparare i danni e insegnare a Max comportamenti idonei e adeguati alla sua età. Nata dalla penna della scrittrice per l'infanzia Rosemary Wells, la serie insegna ai più piccoli la collaborazione. I due protagonisti dimostrano come si possano comporre i dissidi all'insegna del rispetto reciproco e della comprensione.

In particolare, l'attenzione è concentrata proprio sul rapporto tra fratelli. Nella serie animata, infatti, gli adulti non compaiono quasi mai: l'unica eccezione è rappresentata dalla nonna che, limitandosi a sporadiche visite, rimane una presenza marginale nell'economia delle storie.

Ruby, come sorella maggiore, rappresenta un riferimento sicuro non solo affettivo. Il rapporto tra i due è un modello di comprensione da imitare nei rapporti tra i componenti di ogni famiglia.

Mia and me



Mia è una ragazzina di dodici anni che, rimasta orfana, vive in collegio a Firenze. Ma è diversa dalle sue amiche: può infatti teletrasportarsi nel mondo fantastico di Centopia, la terra degli unicorni. Ciò avviene grazie a un braccialetto e un libro, unici ricordi dei genitori.

Isolata dagli altri ragazzi della scuola, la protagonista combatte la solitudine rifugiandosi tra le storie narrate nelle pagine del suo libro e il braccialetto attiva il portale che le permette di accedere a Centopia. Qui si trasforma in un elfo dai lunghi capelli rosa e scopre di essere l'unica in grado di comunicare con gli unicorni. Gli animali infatti, sono in pericolo e si fidano solo di lei.

Mia combatterà insieme agli elfi guerrieri per sconfiggere Panthea che vuole impadronirsi dell'avorio degli unicorni per creare un potente elisir di giovinezza.

La ragazzina affronterà una serie di situazioni che l'aiuteranno a superare anche le difficoltà della sua quotidianità scolastica: col passare dei giorni, riuscirà a socializzare con i suoi compagni e ad avere degli amici.

A cavallo tra dimensione reale e fantastica, la serie unisce animazione in CGI e live action. A differenza di altri prodotti rivolti ai più giovani, Mia and Me sposa un forte messaggio ambientalista: oltre alle classiche tematiche quali l'amicizia e la solidarietà, il rispetto per la natura diviene il valore portante dell'intera serie.

Rete: Rai Gulp
Genere: Serie Animata
Produzione: Lucky Punch, March Entertainment, Rai Fiction, Rainbow
Regia: Gerhard Hahn
Autori: Gerhard Hahn
Sceneggiatore: Gerhard Hahn
Interpreti: Jo Benini, Adrian Moore, Rosabel Laurenti Sellers, Saphia Stoney
In onda: da domenica 5 aprile, tutti i giorni, alle 17,15
Durata: 24'
Ascolti medi: n.p.

Mofy



Rete: Rai YoYo
Genere: Serie Animata
Produzione: Rai Fiction, Sony Creative Products, Zdf Enterprises, Studio Misseri
Regia: Monica Fibbi, Francesco Misseri, Gian Maria Misseri
Autore: Aki Kondo
In onda: da giovedì 2 ottobre, dal lunedì al venerdì alle 18,50 e il sabato e la domenica alle 06,30
Durata: 5'
Ascolti medi: n.p.

Mofy è una coniglietta che vive in un caldo batuffolo di cotone. Kerry, il suo migliore amico, è una rana che desidera diventare un grande compositore.

La serie, dedicata ai bambini di età pre-scolare, realizzata in Italia con l'originale tecnica di animazione con il cotone, è ricca di contenuti e messaggi educativi. Mofy e Kerry viaggiano attraverso meravigliosi paesaggi, ma il loro è soprattutto un excursus fra sentimenti ed emozioni: la tenera Mofy, fragile e insicura, imparerà a gestire i propri sentimenti ritrovandosi ogni giorno più coraggiosa e sicura di sé. I due amici si confrontano con contrastanti sentimenti: solitudine, nostalgia, tristezza, paura, ma anche gioia e coraggio.

Tutto ciò acquista una valenza educativa di grande rilievo perché mostra ai giovanissimi spettatori valori fondamentali come amicizia e solidarietà. Il pubblico infantile ritrova nelle avventure di Mofy un mondo intimista che può aiutare a formare la propria personalità. Episodio dopo episodio, infatti, Mofy prende contatto con le proprie emozioni e imparerà, gradualmente, a conoscerle e distinguerle.

Le avventure di Mofy, prodotto di grande qualità editoriale, ricreano un ambiente protetto, ovattato, rassicurante, che suscita perciò un sano e creativo divertimento nei piccoli telespettatori.

Nano Invaders



Hikaru è un bambino di 11 anni come tanti. Un giorno però indossa il braccialetto della nuova compagna di scuola Mimi, e si trasforma in un mostro extra-terrestre. Inizia un'avventura nel corso della quale cercherà di salvare la Terra dalle mire espansionistiche di clan alieni. Grazie al braccialetto, Hikaru può controllare i cinque elementi della natura e, insieme alla famiglia di Mimi, lotta contro gli invasori.

Realizzato con animazione tradizionale, Nano Invaders non è un prodotto educativo per la mancanza di schiettezza e di sincerità nei comportamenti dei personaggi. Infatti Hikaru si accorgerà presto che i suoi stessi alleati non sono in realtà tali. E persino la famiglia di Mimi, che ha combattuto al suo fianco, si è rivelata falsa e ipocrita in quanto nascondeva il segreto di conquistare la Terra.

Nella serie animata sono delineati, con particolare attenzione, i rapporti tra i personaggi. Ma ci si sofferma troppo insistentemente sulla violenza degli scontri che il protagonista deve affrontare per portare a termine la sua missione.

Considerando il target a cui è rivolto il prodotto, rapporti interpersonali così complessi e ambigui, possono generare confusione nei piccoli telespettatori fino a turbarne la serenità.

Rete: K2
Genere: Serie Animata
Produzione: Tv Tokyo
Regia: registi vari
Autori: AA.VV.
In onda: da lunedì 16 febbraio, dal lunedì al giovedì, alle 17,50
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

Oggy e i maledetti scarafaggi



Rete: K2
Genere: Serie Animata
Produzione: Gaumont, Xilam
Regia: Olivier Jean-Marie
Autore: Jean-Yves Raimbaud
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al venerdì, alle 20, 15
Durata: 20'
Ascolti medi: n.p.

Oggy è un gatto azzurro dal grande naso rosso: tranquillo e serafico, trascorre le giornate cercando di difendersi da tre terribili scarafaggi che "abitano" nella sua casa. Gli animaletti si chiamano Joey, DeeDee e Marky e ciascuno appartiene a una specie diversa.

I tre non solo infestano la casa di Oggy, ma si divertono a rendergli la vita impossibile con scherzi e dispetti crudeli.

La serie animata francese si ispira agli sketch dei Looney Toonse a Tom e Jerry di cui, come nelle vecchie comiche, ricalca un umorismo basato sulle situazioni. Le gag sono infatti prive di dialoghi e affidano l'effetto comico all'assurdità delle vicende. Le scene mostrate però, spesso, non si rivelano adatte al giovane pubblico a cui sono destinate per la pericolosità insita in alcuni atteggiamenti: coprire gli occhi di Oggy mentre guida è un discutibilissimo comportamento da parte dei tre insetti.

Lo scopo principale dei terribili animaletti è di saccheggiare il frigorifero del povero Oggy, ma, una volta raggiunto l'obiettivo, studiano perfidamente, nuove torture per il gatto costretto a subire continue angherie. La condannabile sopraffazione di cui è vittima Oggy è del tutto gratuita: il rischio, da parte dei giovani telespettatori, è di emulare la cattiveria dei tre animaletti nei rapporti quotidiani con i propri amici.

Over the garden wall

Avventura nella Foresta dei Misteri



Wirt e Greg sono due fratelli: indeciso e sempre preoccupato il primo, allegro e ottimista il secondo, attraversano insieme una strana foresta chiamata Ignoto. Sospesi in un tempo indefinito, Wirt e Greg si ritrovano in un mondo fantastico tra magie e animali parlanti.

Nel cammino per tornare a casa, si imbattono nella Bestia, un orribile mostro che vuole catturarli a tutti i costi, simbolo delle paure e delle difficoltà da affrontare. Vengono però aiutati dall'uccellino Beatrice che, nonostante il suo carattere scontroso, li guida durante il viaggio.

Greg e Wirt rappresentano la dicotomia dell'animo umano: il terrore davanti al pericolo ma anche la capacità di poterlo affrontare. Grazie al carattere positivo e alla instancabile energia, Greg è il personaggio attraverso cui la serie animata sdrammatizza i toni, affidandogli le varie gag comiche. Sempre preoccupato per il fratellino e, più in generale, per la loro sorte comune, Wirt al contrario esprime la componente più razionale.

Intrisa di atmosfere cupe, la serie è una favola moderna lontana dai ritmi concitati di molti cartoon dedicati ai giovanissimi. Curata nei dialoghi, procede con un ritmo lento e, grazie anche ad un certo fascino poetico, consente un completo coinvolgimento nella storia.

Over the garden wall è un prodotto destinato ai bambini ma utilizza un linguaggio gradito anche agli adulti.

Rete: Cartoon Network
Genere: Serie Animata
Produzione: Cartoon Network Studios
Regia: Nate Cash, Nick Cross
Autori/Sceneggiatori: Patrick McHale, AA.VV.
In onda: da mercoledì 1 aprile a domenica 5 aprile, alle 19,30
Durata: 11'
Ascolti medi: n.p.

Paw Patrol



Rete: Cartoonito
Genere: Serie Animata
Produzione: Spin Masters Entertainment, TVOKids
Regia: Jamie Whitney
Autori: Keith Chapman
In onda: durante tutta la stagione, tutti i giorni, alle 12,00 e alle 18,00
Durata: 22'
Ascolti: n.p.

Una squadra di soccorso a quattro zampe: i Paw Patrol sono sette cagnolini sempre pronti ad aiutare chi ha bisogno. Chiamati a raccolta da Ryder, un bambino di 10 anni, grazie al suo palmare, i cuccioli sono sempre disponibili verso chi si trova in difficoltà. I piccoli telespettatori li vedono impegnati in continue attività partendo dalla torre del Quartier Generale, dove si trova tutto l'occorrente per portare a compimento le loro imprese: dalle divise agli strumenti più idonei. Chase, Marshall, Rocky, Rubble, Skye, Zuma ed Everest, sono gli eroi protagonisti. Ognuno ha una competenza specifica in un settore, come ad esempio guidare un elicottero o inventare oggetti utili per ogni tipo di esigenza. Quando entrano in azione, le cucce si trasformano in veicoli diversi che consentono di scavare, effettuare recuperi in mare, volare, avventurarsi tra la neve. In tal modo riescono a portare a compimento tutte le possibili operazioni di salvataggio. Il cartone promuove i valori dell'amicizia e della collaborazione: gli interventi infatti, vengono realizzati sempre in gruppo. La cooperazione si rivela fondamentale, in quanto nessun componente della squadra riuscirebbe a compiere una determinata impresa da solo. Lo stesso Ryder non si limita a coordinare le azioni, ma vi partecipa attivamente. Ulteriore merito della serie animata è la capacità di affrontare con semplicità temi quali l'inquinamento e la liberazione di animali in cattività.

Peppa Pig



Una famiglia al completo e sempre presente, con tutte le caratteristiche della normal family: mamma Pig, diligente impiegata, papà Pig tecnico dal multiforme ingegno ma ma "pasticcione", il fratellino George affezionato ad un dinosauro giocattolo, i due nonni e una schiera di amici animali. Tutto questo mini universo ruota intorno alla protagonista Peppa, una maialina di quattro anni dalle abitudini "umane": va a scuola, partecipa con profitto alle attività didattiche che ma, come tutti i suoi coetanei, spesso è capricciosa e cerca di primeggiare. Peppa Pig si muove in un trionfo di colori: dall'intenso verde dei prati all'azzurro del cielo che conferiscono al racconto una rassicurante serenità e stimolano la fantasia dei bambini. I due elementi, famiglia e vita relazionale, sono alla base del gradimento della serie animata presso il target prescolare al quale è rivolta. I piccoli telespettatori tendono a seguire i comportamenti della graziosa maialina, nella quale è facile identificarsi per il linguaggio e per la visione della realtà: una visione a misura di bambino in cui, soprattutto il gioco assume a strumento di conoscenza e di scoperta ed è condiviso, non solo con gli amici, ma anche con gli adulti in un proficuo confronto generazionale. La protagonista ha superato la dimensione fantastica: una parodia di Peppa Pig (Peppia Pig, interpretata da Valeria Graci) è stata proposta a Striscia la notizia.

Rete: Rai YoYo
Genere: Serie Animata
Produzione: Astley-Baker Savies Ltv
Regia: Mark Baker, Neville Astley
Autori: Mark Baker, Neville Astley, Phil Hall
In onda: durante tutta la stagione, tutti i giorni, in vari orari
Durata: 5'
Ascolti medi: n.p.



Rete: Rai Gulp
Genere: Tv Bambini e Ragazzi
Produzione: Rai Gulp, Rai Expò
Regia: Andrea De Filippi
Autore: Marta Saviane
Conduttori: Alessandro Circiello e Carolina Rey
In onda: da sabato 2 maggio, il sabato e la domenica, alle 18,00
Durata: 8'
Ascolti medi: n.p.

La trasmissione, perfetta sintesi tra divulgazione e animazione in 3D, insegna ai giovanissimi telespettatori l'importanza della sana e corretta alimentazione. L'obiettivo viene raggiunto attraverso un percorso che inizia con la preparazione di semplici ricette, ispirate alla classica tradizione del nostro paese. Ai fornelli il noto Chef Alessandro Circiello aiutato da Carolina Rey. Ad arricchire con fantasia il programma, concorrono gli interventi delle Winx; le fatine con la loro magia, forniscono ulteriori informazioni utili per la realizzazione delle ricette.

Con leggerezza, in maniera coinvolgente, in solo otto minuti viene proposta una vera e propria lezione sull'importanza del cibo, tema conduttore dell'Expo al quale il programma è strettamente legato.

La preparazione delle varie pietanze assume una valenza particolare: è il pretesto per veicolare importanti messaggi di educazione alimentare e di conoscenza di alcune realtà italiane come ad esempio la biodiversità.

L'atmosfera gioiosa, sottolineata anche dai toni vivaci della cucina, in cui i due conduttori operano, attira l'attenzione dei giovani telespettatori che, divertendosi, imparano a mangiare a colori: associano, cioè, agli alimenti caratteristici di ogni stagione, un determinato colore al quale è legato un valore nutritivo differente.

Guy Hamdon è un ragazzino di 12 anni, e detesta i giochi da donna. Un giorno, trova un anello nascosto in un muro, destinato alla sorella: per farle dispetto, lo indossa e si trasforma in una super eroina. Tacchi a spillo, rossetto e lunghi capelli neri, voce in falsetto e mosse ammiccanti, Guy è diventato SheZow: il ragazzo cambia sesso e, nella nuova identità femminile riesce a sconfiggere i cattivi con armi quali la supersberla, il rossetto laser e l'urlo supersonico.

Il cartoon affronta un tema estremamente delicato: la metamorfosi del protagonista potrebbe essere destabilizzante per il fragile equilibrio psico-fisico del pubblico infantile a cui è destinato. Il trend di riferimento, infatti, è privo degli strumenti idonei per comprendere l'ambiguità del protagonista che indossa abiti femminili, parla con voce sottile ma si comporta come un maschio.

Un gioco al quale Guy sembra essersi appassionato: infatti, nonostante la scoperta che l'anello fosse destinato alla sorella, non rinuncia a utilizzarlo e trasformarsi nell'eroina, suscitando ancor confusione. Il cartone presenta suggestioni la cui valenza psicoaffettiva potrebbe suscitare turbamenti nei bambini e quindi richiedere la presenza di un adulto durante la visione. In altri termini affronta con modalità che potrebbero risultare traumatiche temi delicati circa l'identità e la sessualità,

Rete: Frisbee
Genere: Serie Animata
Produzione: DHX Media, Moody Street Kids, Network Ten, Film Victoria
Regia: Gilian Carr
Sceneggiatori: Obie Scott Wade
In onda: durante tutta la stagione, il sabato e la domenica, alle 14,30
Durata: 20'
Ascolti medi: n.p.

Sofia la principessa



Rete: Disney Junior e Rai YoYo

Genere: Serie Animata

Produzione: Studio 100 - Disney Junior Originals

Regia: Jamie Mitchell

Autori: Craig Gerber, Doug Cooney, Erica Rothschild, Laurie Israel, Rachel Ruderman

In onda: da lunedì 1 settembre, dal lunedì al venerdì, alle 18,55, il sabato e la domenica, alle 18,30

Durata: 25'

Ascolti medi: n.p.

La serie racconta le vicende della piccola Sofia che, da bambina qualunque, si trova d'improvviso nel ruolo di principessa, avendo sua madre Miranda sposato il re Roland II. La protagonista deve adeguarsi a un ambiente e uno stile di vita che non le appartengono, e relazionarsi con Amber e James, i figli che il sovrano ha avuto da una precedente relazione.

Se il rapporto con James non mostra particolari difficoltà, con Amber c'è qualche ostacolo in più da superare: la rivalità e la gelosia femminile creano spesso qualche attrito tra le due, ma il clima familiare improntato all'amore e alla comprensione riportano sempre la pace tra le due principesse.

Sofia è un modello positivo: davanti alle difficoltà non si arrende ma cerca sempre la soluzione per risolvere i problemi, si prodiga per aiutare chi ne ha bisogno e si impegna per assolvere i suoi doveri di principessa. Le avventure vissute quotidianamente, sono un monito positivo per giovani telespettatori: non sono i vestiti raffinati e le scarpette luccicanti a delineare la personalità di una principessa, ma le doti interiori come lealtà, gentilezza, generosità.

Ad Incantia, questo il nome del regno, non c'è traccia di soprusi e atteggiamenti dispotici da parte di Sua Maestà. Roland, al contrario, si dimostra un uomo magnanimo, molto presente con i suoi figli, affettuoso con la consorte e attento ai bisogni del suo popolo.

Spongebob



Un mondo sottomarino popolato da personaggi singolari. La vita nella cittadina di Bikini Bottom non è mai noiosa: ogni giorno infatti, i suoi abitanti vivono nuove avventure cercando di porre riparo ai disastri di cui essi stesso sono responsabili. Protagonista è Spongebob, spugna gialla dagli occhi grandi che vive in una casa a forma di ananas. Sempre ottimista, affronta la vita con positività e cerca di aiutare i suoi amici in tutti i modi, senza mai rinunciare all'aspetto spumeggiante del suo carattere.

Intorno al protagonista si muovono strani personaggi: la spugna marina Patrick Stella, il calamaro Squiddi Tentacolo, il granchio Mr Krabs, la scoiattolina-palombaro Sandy Cheeks e il plancton Sheldon J. Plankton, nemico di Spongebob che non si lascia ostacolare dalle sue dimensioni ridotte.

Formata da episodi autoconclusivi, la serie si caratterizza per la numerosa quantità di sketch comici, che la rendono gradita anche ad un pubblico adulto. Le situazioni presentate sono all'insegna del divertimento, grazie ad un umorismo nonsense basato soprattutto sull'ingenuità dei personaggi, in particolare su quella di Spongebob.

Un prodotto di animazione che grandi e piccoli possono guardare insieme.

Rete: Nickelodeon

Genere: Serie Animata

Produzione: Nickelodeon, United Plankton Pictures

Regia: AA.VV.

Autori: Stephen Hillenburg

In onda: da lunedì 23 febbraio, tutti i giorni, alle 18,40

Durata: 22'

Ascolti medi: n.p.

Squadra mostromatica



Rete: Jim Jam (canale 621 di Sky)
Genere: Serie Animata
Produzione: DHX Media
Regia: Andrew Anningson, William Gordon, Dee Shipley
Autori: Jeff Rosen
In onda: dal 2 marzo, tutti i giorni, alle 13,00 e alle 17,15
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

I protagonisti sono tre simpatici mostri-ciattoli, Bob, Lily e Goo, bravissimi in matematica ma dall'aspetto non gradevole. La serie animata insegna ai bambini che, soltanto con l'impegno e la buona volontà, si possono comprendere anche i concetti più difficili di una disciplina comunemente ritenuta ostica. Fra numeri, operazioni, unità di misura e radici quadrate, i protagonisti mostrano tutta la loro abilità nel districarsi tra i vari problemi. Riescono, così, ad aiutare i compagni di scuola ma, contemporaneamente, suggeriscono ai piccoli telespettatori un approccio agevole e simpatico al mondo della matematica.

La serie è ambientata nell'immaginario paese di Mostrovia, un piccolo villaggio abitato da mostri-ciattoli brutti nell'aspetto, ma propositivi nel comportamento. Tutti sono alle prese con le leggi della fisica, della geometria e della trigonometria, ma devono fare i conti anche con i più elementari problemi come, ad esempio, l'igiene personale.

Bob, Lily e Goo non si arrendono mai, sono consapevoli che solo con la loro unione e la condivisione delle proprie capacità mentali, riusciranno a superare qualsiasi difficoltà.

I piccoli telespettatori, apprendono anche il valore del gruppo che assume un significato più ampio perché aiuta a risolvere i problemi e non solo quelli matematici.

Teen Titans Go!



Una serie caratterizzata da quell'umorismo di tipo demenziale che, spesso, conquista grandi e piccoli. Basata sul fumetto Teen Titans, il cartoon ne è la parodia.

I protagonisti sono degli eroi adolescenti impegnati a salvare il mondo che, però, si comportano come ragazzi comuni. Sempre uniti da una profonda amicizia infatti, Robin, Corvina, Cyborg, Stella Rubia e Beast Boy si innamorano, litigano, provocano disastri, si riappacificano e, tra un guaio e l'altro, riescono a compiere imprese eccezionali.

Ma non sempre i loro poteri vengono usati solo per le missioni, spesso diventano solo lo strumento per rendere meno noiose le giornate.

Ciascun personaggio assume determinate caratteristiche e dei poteri particolari che lo distinguono dagli altri: l'unico ad esserne privo è Robin, che paradossalmente è proprio il capo della squadra.

Inoltre, abitando da soli, senza alcun controllo degli adulti, i cinque compongono un gruppo scatenato che dà vita a situazioni imprevedibili.

Ricco di gag che si susseguono una dopo l'altra, Teen Titans Go è una serie animata dal ritmo veloce con un forte impianto comedy.

Al di là dell'effetto comico demenziale, non si riscontrano nella serie, valori educativi o insegnamenti che possano contribuire alla formazione dei piccoli telespettatori.

Rete: Boing
Genere: Serie Animata
Produzione: Dc Comics, Warner Bros Animation
Regia: Luke Cormican, Scott O' Brien, Peter Rida Michail
Autori: Aaron Horvath, Michael Jevanic
In onda: da domenica 30 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 17,20
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

Tickety Toc

Sempre in orario



Rete: Fresbee
Genere: Serie Animata
Produzione: FunnyFlux Entertainment, The Foundation, Zodiak Media Group
Regia: Gil Hoon Jung
Autori: Gil Hoon Jung
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al venerdì, alle 16.20
Durata: 11'
Ascolti medi: n.p.

La serie animata, rivolta ai bambini in età prescolare, è ambientata all'interno di un fantastico orologio, nel quale i simpatici abitanti sono sempre alle prese con problemi di orario. La caratteristica delle vicende raccontate è l'estrema puntualità a cui devono attenersi tutti, a partire dai due protagonisti: Tommy e Tilly.

Ogni azione deve essere compiuta in un tempo ben definito: la precisione appunto di un orologio. I piccoli telespettatori possono scoprire una grande varietà di orologi di tutte le forme possibili, ognuno con un ticchettio differente, ma tutti in sintonia tra di loro per indicare l'ora esatta. Uno però è speciale: è Tickety Toc, che allo scoccare di ogni ora fa sentire la propria voce con un particolare rintocco musicale. Per i due gemellini non è semplice adeguarsi ad una vita di straordinaria puntualità. La lotta contro il tempo diventa un impegno continuo e spesso la precisione viene raggiunta in maniera caotica ma sempre divertente.

La serie insegna ai piccoli quanto sia importante l'organizzazione per poter rispettare le regole temporali e non essere mai in ritardo. Non a caso uno dei personaggi che ne sintetizza il significato è il "signor Precisino" massimo rappresentante della puntualità.

I colori vivaci, i tratti dei protagonisti chiari e ben delineati, contribuiscono a catturare l'attenzione dei piccoli telespettatori.

Transformers

Robots in Disguise



È l'ultima saga del brand Transformers, da cui sono stati tratti fumetti, videogiochi, giocattoli e film d'azione.

La serie animata racconta un nuovo capitolo della guerra combattuta dagli Autobots per difendere la Terra dalle mire conquistatrici dei loro avversari, i Decepticons. Gli Autobots sono robot antropomorfi che prendono vita dai veicoli più disparati quali treni, aerei, automobili; possiedono inoltre una propria volontà, che li rende capaci di agire come fossero persone.

Pur essendo inseriti in una nuova continuità spazio-temporale ma con ruoli diversi, i protagonisti di questa nuova serie hanno gli stessi nomi della prima, risalente al 1984.

Fedeli alla tradizione degli anime del genere, gli scontri sono senza esclusione di colpi: i robot si affrontano sparando razzi e utilizzando ogni tipo di arma da fuoco. Scintille, impatti fortissimi, calci volanti: l'attenzione è tutta concentrata sul momento violento dell'episodio, il più spettacolare.

La salvezza del pianeta diventa soltanto il pretesto per mettere in scena devastanti battaglie tra macchine senza trasmettere alcun messaggio edificante al target di riferimento (il pubblico compreso tra i 6 e i 9 anni) che può essere turbato da immagini crudeli, aggressive e brutali.

Rete: K2
Genere: Serie Animata
Produzione: Darby Pop Productions, Hasbro Studios, Polygon Animation
Regia: David Hartman, Scooter Tidwell
Autori: AA.VV.
In onda: da domenica 9 marzo, dal lunedì al venerdì, alle 18,15
Durata: 30'
Ascolti medi: n.p.

Una spada per Lady Oscar



Rete: Italia 1
Genere: Serie Animata
Produzione: Tokyo Movie shinsha
Regia: Osamu Dezaki, Tadao Nagahama
Autori: Riyoko Ikeda
In onda: dal 27 dicembre al 1 marzo, il sabato e la domenica alle 07,30
Durata: 23'
Ascolti medi: n.p.

Oscar François de Jarjayes è il comandante della guardia reale, al fedele servizio della regina Maria Antonietta d'Austria.

Abile nell'uso della spada e intelligente, ha accettato l'imposizione paterna di vivere e comportarsi da uomo. Oscar, infatti è, in realtà, una ragazza: il padre, che aspirava ad avere un figlio maschio, l'ha educata come tale.

Pur conscia della sua identità femminile, la protagonista dell'anime giapponese assolve con impegno l'incarico di proteggere la futura regina di Francia. Quando il padre pretende di imporle un marito lo rifiuta decisamente.

Cresciuta a fianco dell'amico André Grandier, di cui poi si scopre innamorata, sceglie di unirsi con lui ai rivoltosi. Consapevole della povertà del popolo francese infatti, la sua ribellione diverrà completa rinunciando ai privilegi nobiliari e schierandosi con i cittadini per guidare l'attacco alla Bastiglia, arrivando a sacrificare la sua stessa vita.

Lady Oscar è un personaggio complesso, profondo, sfaccettato, capace di compiere grandi gesti per amore e pronta a sfidare le convenzioni sociali in nome di ciò che ritiene giusto. Un esempio di integrità morale anche per i telespettatori più piccoli, che ritrovano in lei il valore di un ideale e l'impegno contro le ingiustizie, davanti alle quali non si deve mai restare indifferenti.

Versus Generazione di campioni



Il format cross mediale, con durata biennale, ha acceso i riflettori su i 28 Sport Olimpici Estivi Nazionali, con le immagini e le testimonianze di atleti affermati e di giovani promesse di ogni Federazione coinvolta nel progetto.

Il programma, realizzato in funzione della XXXI edizione dei Giochi Olimpici Estivi di Rio 2016, vuole promuovere la diffusione dei valori e della cultura formativa dello sport tra i giovani. Caratteristica fondamentale è la medesima rilevanza data alle discipline cosiddette minori. L'obiettivo è mostrare ai giovani esempi significativi di impegno, sacrificio e passione profusi per ottenere risultati positivi nell'agonismo sportivo. Anche le inevitabili sconfitte vengono inserite in un contesto di crescita culturale con il chiaro messaggio di non arrendersi e continuare a lottare per realizzare le proprie aspirazioni.

In quest'ottica, gli atleti più esperti, protagonisti nelle loro discipline, diventano "maestri" degli aspiranti campioni. Ai giovani, i campioni senior insegnano quanto siano importanti il rispetto per l'avversario e la correttezza nella competizione.

Ulteriore valenza del programma è che le discipline saranno oggetto di una gara anche sul sito del programma www.versus.rai.it in un vero e proprio torneo con turni eliminatori per individuare la disciplina vincitrice.

Rete: Rai Gulp
Genere: Tv Bambini e Ragazzi
Produzione: Rai Gulp, Federazione Pugilistica Italiana
Regia: Marco Maiello
Autori: Michele Bertocchi, Paolo Logli, Roberta Ribera, Francesca Fedeli
Conduttrice: Carolina Rey
In onda: dal 22 febbraio, la domenica, alle 11,30
Durata: 15'
Ascolti medi: n.p.



Rete: Disney Channel
Genere: Baby Soap
Produzione: Disney Channel
Regia: Jorge Nisco, Martin Saban
Autori/Sceneggiatori: Solange Keoleyan, Sebastián Parrotta
Interpreti: Martina Stoessel, Pablo Espinosa, Mercedes Lambre, Jorge Blanco, Diego Ramos, Diego Dominguez, Lodovica Comello, Maria Clara Alonso.
In onda: da lunedì 20 ottobre a venerdì 27 marzo, dal lunedì al venerdì, alle ore 20,10
Durata: 80x45'
Ascolti medi: n.p.

Nella terza serie, i ragazzi dello Studio OnBeat tornano a scuola dove studiano e vivono tra sogni, amicizie e primi amori. I protagonisti sono coinvolti in vicende semplici, pensate per un target tra gli 8 e i 14 anni e rappresentano ragazzi normali con passioni e interessi sani come il canto e il ballo. Per coltivare il proprio talento frequentano una scuola speciale, che evoca le atmosfere dei talent show. Gli insegnanti, pur con alcuni limiti, sostengono i giovani artisti. I ragazzi, mentre condividono passioni e aspirazioni artistiche, scoprono i valori connessi all'affettività. Ad un gruppo che vive l'amicizia in maniera positiva, se ne contrappone un altro che sfrutta le proprie conoscenze a fini di interesse personale. La protagonista Violetta è la proiezione delle adolescenti alle prese con i sentimenti, i primi tormenti d'amore e le speranze per il futuro. Non assume atteggiamenti da diva e non ha desideri di prevaricazione, anzi è sempre pronta a tendere una mano per aiutare e sostenere i compagni. Un messaggio che valorizza il significato dell'amicizia. Peccato che questo esempio positivo non si riscontri nel mondo degli adulti che mostrano nelle relazioni affettive atteggiamenti adolescenziali in stile teen soap.



Il primo programma televisivo europeo che avvicina, in maniera costruttiva e propositiva, i ragazzi al mondo della Digital fabrication. I giovanissimi telespettatori, infatti, sotto la guida di Giovanni Muciaccia e del suo team di esperti, hanno la possibilità di vedere come oggetti di vita quotidiana possano essere trasformati in prodotti di alta tecnologia. La serietà scientifica del programma è evidenziata dalla collaborazione con The Fab Lab Make di Milano e con L'Istituto Italiano di Tecnologia di Genova che ha prestato a DeA Kids i Cub, l'androide robot, eccellenza italiana nel campo della robotica, esso stesso componente a pieno titolo del team degli X Makers. I Cub si occupa di tutte le fasi di ricerca per realizzare progetti che si avvalgono delle tecnologie più innovative. Il programma propone ai ragazzi un nuovo divertimento, mai fine a se stesso, ma basato sulla formula del Do it yourself che stimola la creatività nel realizzare oggetti all'avanguardia, partendo da materie prime di uso comune. Momento gratificante di ogni puntata, è il crash test, ovvero la verifica che i prototipi costruiti siano funzionanti e rispondenti alle caratteristiche progettuali. Da sottolineare la valorizzazione del lavoro di gruppo per raggiungere determinati obiettivi: si comprende così come il confronto reciproco e lo scambio di idee siano alla base di ogni impegno professionale.

Rete: DeA Kids
Genere: Tv Bambini e Ragazzi
Produzione: DeA Kids
Regia: Alessandro Sasha Codaglio, Michele Rho
Autori: Giacomo Berdini, Bernardino Clemente, Paola Greco, Andrea Piana
Conduttore: Giovanni Muciaccia
In onda: da giovedì 9 aprile, il venerdì, alle 20,00
Durata: 27'
Ascolti medi: n.p.

Zack e Quack



Rete: Fresbee
Genere: Serie Animata
Produzione: Nick Jr
Regia: Gili Dolev (supervisione), Ehud Landsberg, Liz Whitaker, Yvette Kaplan, Gilad Bar
Autori/Sceneggiatori: Gili Dolev, Yvette Kaplan, Robert Vargas
In onda: da lunedì 3 a mercoledì 19 novembre, tutti i giorni, alle 08,50
Durata: 13x30'
Ascolti medi: n.p.

Zack e Quack è una serie rivolta ai bambini in età prescolare. Protagonista è un ragazzino di sette anni, Zack, che, insieme alla sua anatra blu Quack, vive molteplici avventure muovendosi all'interno di un colorato libro pop up. A fare squadra insieme a Zack e Quack, che rappresentano il rapporto affettivo tra uomo e animale, una serie di amici, a partire da Kira. Amica e vicina di casa di Zack, la bambina afroamericana, è un esempio di perfetta integrazione. Completano il gruppo la saccate rana Belly Up, il prudente riccio Fluffy e gli scoiattoli volanti Skip e Hop. In ogni episodio c'è un'avventura da vivere all'insegna dell'amicizia: grazie al legame che li unisce, i personaggi vincono le piccole sfide della quotidianità, insegnando ai bambini che, uniti, si possono superare le difficoltà. In virtù della soluzione narrativa del libro pop up, il contesto e gli elementi presenti sulla scena cambiano in continuazione. Il cartone stimola così l'immaginazione dei piccoli ai quali, inoltre, mostra dei protagonisti con caratteri molto diversi tra loro. Mentre infatti Quack è più avventurosa, ed è sempre la prima ad incappare in possibili pericoli, Zack è sempre pronto a mettere sull'attenti la compagna. Naturalmente la situazione non diventerà mai pericolosa, e i bambini non si spaventeranno, ma avranno avuto la dimostrazione che un amico si preoccupa per noi. Questo è l'importante messaggio di cui si fa portavoce la serie: la valorizzazione dell'amicizia.

Zecchino d'oro



Un evento a misura di bambino, una gara canora che da 57 anni valorizza le potenzialità canore dei piccoli interpreti e la personalità di ognuno attraverso un percorso di crescita e di sano divertimento. I protagonisti dello Zecchino d'oro non sono mini-cantanti utilizzati dal piccolo schermo ad uso e consumo di un pubblico adulto. Al contrario, sono loro stessi a coinvolgere con l'ingenuità infantile il pubblico degli adulti, risvegliando emozioni della fanciullezza. Creatura nata nel 1959, quando il piccolo schermo aveva solo 5 anni e per molto tempo legata a Mago Zurlì (Cino Tortorella) e Topo Gigio, lo Zecchino d'oro ha rappresentato il modo ideale per coniugare intrattenimento e musica per ragazzi. Ancora oggi è un'isola felice nella quale gli autori compongono motivi destinati esclusivamente al mondo dell'infanzia. Patrimonio non solo televisivo, ma culturale e sociale, anche in questa edizione, lo Zecchino d'oro ha seguito il format originale tutto italiano. Da tempo ha aperto le proprie porte anche a bambini stranieri messaggio di fratellanza universale che si concretizza anche nella solidarietà di cui la manifestazione si fa portavoce ogni anno, realizzando operedi alto contenuto sociale sia nei paesi in via di sviluppo che in Italia. Vincitore della 57esima edizione della gara canora è stato il brano "Chi ha paura del buio" cantato dalla piccola Alessia Chianese, 9 anni di Afragola (Napoli).

Rete: Rai 1
Genere: Tv Bambini e Ragazzi
Produzione: Rai e Antoniano di Bologna
Regia: Igor Skofic
Autori: Vincenzo Galluzzo, Massimo Giacomazzi, Fabrizio Palaferri, Angela Senatore
Conduttrice: Veronica Maya
In onda: dal martedì 25 a sabato 29 novembre, alle 16,40
Durata: 5x120'
Ascolti medi: 2.175.000 telespettatori; 15.2% share



Rete: DeaJunior
Genere: Tv Bambini e Ragazzi
Produzione: DeA Kids
Regia: Domenico Ciolfi
Autori: Berardino Clemente, Alessandra Raffa
Conduttore: Andrea Pellizzari
In onda: dal 29 marzo al 26 aprile, la domenica, alle 17,30
Durata: 5x40'
Ascolti medi: n.p.

Il programma di intrattenimento è basato sulla conoscenza delle canzoni dello Zecchino D'Oro. Due famiglie, formate da genitori, figli, nonni, cugini e zii, si confrontano sui brani della manifestazione, sia cantandoli che rispondendo a domande poste loro dal conduttore. Un valido esempio di collaborazione tra vecchie e nuove generazioni che si incontrano sulle note musicali del festival ultracinquantenne ma sempre attuale.

Gradevole è anche la conduzione di Andrea Pellizzari, che fa da trait d'union tra le famiglie in gara, le giurie e il pubblico. A valutare le esibizioni delle due famiglie, c'è una giuria formata dal Coro Mariele Ventre dell'Antoniano di Bologna e un'altra composta da Jacopo Sarno, Chiara Maffioletti e Angelo Pisani.

L'atmosfera è gioiosa, la gara mai competitiva, ma basata su una simpatica competizione che contribuisce a tenere desta l'attenzione sullo Zecchino d'Oro. Alla fine delle puntate è stata eletta la famiglia vincitrice definita la "famiglia Zecchino".

Un esempio di come si possa fare intrattenimento nel rispetto dei piccoli e dei grandi. L'impegno comune di genitori, sorelle, fratelli, nonni, zii e cugini rappresenta un messaggio positivo: si vuole restituire al nucleo familiare in tutta la propria integrità, il significato e il valore che purtroppo, spesso, nell'attuale società si tende a mortificare.



I buoni sentimenti, il rispetto per gli altri, il riconoscimento dei propri torti, la capacità di chiedere scusa, il profondo senso della famiglia, la passione per giochi sempre nuovi: queste le caratteristiche della serie. Rivolta a un pubblico prescolare, privilegia la correttezza nei rapporti tra amici e parenti assumendo anche un valore educativo senza mai scadere nella pedanteria. Zou, una piccola zebra di 5 anni, è il protagonista di cui la serie racconta le semplici avventure di vita quotidiana. I comportamenti simili a quelli dei bambini della stessa fascia d'età, la condivisione di momenti ludici con i coetanei sempre improntata alla sincerità, rendono Zou un personaggio nel quale il pubblico infantile riesce facilmente a identificarsi.

Zou ha una vasta famiglia con genitori, zii, cugini e l'amico del cuore Elzee, e può contare sulla presenza amorevole e assidua dei nonni che rappresentano per lui dei validi alleati soprattutto per risolvere i piccoli problemi quotidiani. Le figure dei nonni sono inserite nella famiglia di Zou in maniera positiva. Ne scaturisce la rappresentazione di un nucleo familiare "allargato" che restituisce ai nonni, nell'odierna società, un ruolo determinante nell'educazione e nella crescita dei nipotini. Ulteriore nota gentile, la presenza vigile, accanto a Zou di Poc, un grazioso uccellino che condivide i suoi giochi.

Rete: Disney Junior Rai YoYo
Genere: Serie Animata
Produzione: Gruppo Studios Cyber
Regia: n.p.
Autori: AA.VV.
In onda: durante tutta la stagione, dal lunedì al venerdì, in vari orari
Durata: 10'
Ascolti medi: n.p.

legenda dei simboli

PREMIO MOIGE

è la classificazione più alta, indica un programma qualitativamente significativo, da vedere con tutta la famiglia, e in grado di offrire buone potenzialità educative. Il simbolo premia lo sforzo riuscito di una televisione che sa conciliare con gli obiettivi di share qualità del prodotto, necessità di intrattenimento, toni e contenuti adatti alla visione familiare.

STELLA

programma positivo, che abbina contenuti validi e interessanti a una buona forma tecnica, adeguata alle caratteristiche del genere televisivo a cui appartiene il programma.

FACCETTA SORRIDENTE

programma qualitativamente buono, senza elementi trash o contenuti inappropriati.

FACCETTA MEDIA

programma non meritevole di una particolare segnalazione positiva, ma neanche di un giudizio negativo.

FACCETTA TRISTE

programma di qualità piuttosto scadente, con elementi di criticità.

BIDONCINO DEL TRASH

programma di scarsa qualità, che si nutre del gossip e dello scandalo, o tende a trattare con leggerezza temi sociali importanti, spettacolarizzando il dolore umano e non risparmiando volgarità gratuita, ecc., irrispettoso dell'intelligenza, del buon gusto e della sensibilità degli spettatori e soprattutto dei minori.



indice dei programmi

FICTION, SERIE TV E SOAP OPERA

2 broke girls.....		17
1992.....		18
Amare per sempre.....		19
Angeli - Una storia d'amore.....		20
Beautiful.....		21
Braccialetti Rossi 2.....		22
Che Dio ci aiuti 3.....		23
Cold Case - Delitti Irrisolti.....		24
Con il sole negli occhi.....		25
Diario di una nerd superstar 4.....		26
Doctor Who 8.....		27
Downton Abbey 4.....		28
Faking it - Più che amiche.....		29
Francesco.....		30
Fuoriclasse 3.....		31
Ghost Whisperer - Presenze.....		32
I Cesaroni 6.....		33
Il Bosco.....		34
Il principe - Un amore impossibile.....		35
Il Restauratore 2.....		36
Il ritorno di Ulisse.....		37
Il Segreto 2.....		38
Il Trono di Spade 5.....		39
Impazienti.....		40
La Bella e la Bestia.....		41
La dama velata.....		42
La strada dritta.....		43
L'angelo di Sarajevo.....		44
L'Oriana.....		45

indice dei programmi

Le tre rose di Eva 3.....	☹️	46
Lol - Una storia d'amore	☹️	47
Max e Hélène	😊	48
Mom	☹️	49
Orfani.....	☹️	50
Pietro Mennea - La freccia del Sud.....	😊	51
Qualunque cosa succeda - Giorgio Ambrosoli.....	🚰	52
Questo nostro amore '70	☹️	53
Ragion di Stato	☹️	54
Rex 8	😊	55
Romeo e Giulietta.....	☹️	56
Senza identità	☹️	57
Sfida al cielo - La Narcotici 2.....	☹️	58
Solo per amore	☹️	59
Sons of liberty - Ribelli per la libertà	😊	60
Squadra Antimafia 6.....	☹️	61
Squadra mobile	☹️	62
The Knick.....	☹️	63
The Musketeers.....	☹️	64
The Vampire Diaries.....	☹️	65
Top of the lake - Il mistero del lago.....	☹️	66
Un nuovo mondo	😊	67
Un passo dal cielo 3	😊	68
Un posto al sole	☹️	69
Una casa nel cuore.....	😊	70
Una grande famiglia 3	☹️	71
Una pallottola nel cuore	😊	72
Un'altra vita.....	☹️	73
Velvet 1.....	☹️	74
Zio Gianni.....	☹️	75

indice dei programmi

SPOT

3 Italia - iPhone 6	☹️	79
Acqua Lete - Teo innamorato	☹️	80
Amica Chips - Ci vorrebbe un'amica	☹️	81
Campari - Red Passion.....	☹️	82
Carrefour - Sottocosto ti adoro.....	☹️	83
Chanel N°5 - The One I Want	☹️	84
Coca Cola - Ritorno a casa	☹️	85
Enel Energia - Una vita efficiente	🚰	86
Fiat 500X - Pillola Blu	☹️	87
Fiat 500X - Lancio produzione a Melfi.....	😊	88
Giovanni Rana - Sfogliavelo.....	😊	89
Girella.....	😊	90
Gocciole Pavesi - Incubo	☹️	91
Grana Padano - Il buono che c'è in noi.....	🚰	92
Gucci - Guilty.....	☹️	93
Ikea - Spazio alle tue passioni.....	😊	94
Immobiliare.it - Una camera tutta per me	★	95
Isomar - Spray decongestionante naturale	🚰	96
Italo Treno	☹️	97
Kellogg's Extra - Pink painties	☹️	98
KH-7 - Cucina	👤	99
Kijiji.it - Chi compra, chi vende.....	☹️	100
Kinder sorpresa - Sorprese storiche	★	101
Lancia Y - Stile unico.....	☹️	102
Lancia Y - 30 anni.....	☹️	103
Lavazza qualità oro - Il pranzo della domenica	😊	104
Mazda - Mazda per la sicurezza sulla strada: non accecare gli altri	🚰	105
Mc Cain - Il più gustoso dei social network	★	106
Mc Donald's - La sagra.....	😊	107

indice dei programmi

Melinda - Evelina.....	☆	108
Mulino Bianco - Focaccelle.....	☹️	109
Nespresso - How Far.....	☹️	110
Nutella - 50 anni di storia.....	☆	111
Pan di stelle - E tu ai sogni ci credi?.....	☹️	112
Parmareggio - La fabbrica del grattugiato.....	👤	113
Philadelphia.....	☹️	114
Pomodorissimo Santa Rosa.....	☹️	115
Postepay evolution - Mariachi.....	☹️	116
Rai - Canone 2015.....	☹️	117
San Crispino.....	☆	118
Tim - #milionidipassioni.....	☹️	119
Twinnings - Tealand.....	☹️	120
Uliveto e Rocchetta - Acque della salute.....	☹️	121
UnipolSai Assicurazioni - Mucca.....	☹️	122
Vodafone - Una storia d'amore.....	☹️	123
Wind - All inclusive expandable.....	☹️	124
Winni's Naturel.....	☆	125
Zalando - Lo shopping a casa tua.....	☹️	126
Zurich Assicurazioni: la migliore protezione, sempre vicino a voi.....	👤	127

INTRATTENIMENTO, CULTURA, DOCU-FICTION E REALITY

#Nothing Stops Pink.....	☆	131
16 anni e incinta.....	☹️	132
A conti fatti.....	☹️	133
A sua immagine.....	☆	134
About Love.....	👤	135
Adam Kadmon - Rivelazioni.....	👤	136
Affari tuoi.....	☹️	137
Alla conquista dei cieli.....	☆	138

indice dei programmi

Alta infedeltà.....	👤	139
Amici 14 - Il day time di Canale 5.....	☆	140
Amici 14 - Il serale.....	☹️	141
Amore criminale.....	☹️	142
Announo.....	👤	143
Avanti un altro.....	☹️	144
Bake Off Italia - Dolci in forno.....	👤	145
Ballando con le stelle.....	☆	146
Ballarò.....	☹️	147
Bonus Track.....	☹️	148
Boss in incognito.....	☆	149
Casa Alice.....	☆	150
Catfish - False identità.....	👤	151
C'è posta per te.....	☹️	152
Che tempo che fa.....	☹️	153
Chi l'ha visto?.....	☹️	154
Colorado.....	☹️	155
Concerto del Primo Maggio.....	☹️	156
Contratto.....	☹️	157
Così lontani, così vicini.....	☹️	158
Crozza nel paese delle Meraviglie.....	☹️	159
Cucina con me.....	☆	160
Dalla vostra parte.....	☹️	161
Detto Fatto.....	☹️	162
diMartedì.....	☹️	163
Dire, fare, baciare.....	☹️	164
Dolci dopo il Tiggì.....	☹️	165
Domenica In.....	☹️	166
Domus Aurea - Il sogno di Nerone.....	👤	167
Elisir.....	☹️	168

indice dei programmi

Fattore umano.....	☹️	169
Festival di Sanremo 2015.....	😊	170
Forte Forte Forte.....	☹️	171
Forum e lo sportello di Forum.....	☹️	172
Gazebo.....	😊	173
Geo.....	★	174
Ginnaste - Vite parallele.....	😊	175
Hair - Sfida all'ultimo taglio.....	😊	176
I colori dell'amore.....	★	177
I dieci comandamenti.....	👤	178
I fatti vostri.....	😊	179
I re della griglia.....	😊	180
Il banco dei pugni.....	👤	181
Il club delle cuoche.....	★	182
Il contadino cerca moglie.....	👤	183
Il mondo insieme.....	★	184
Il nostro piccolo grande amore.....	😊	185
Il più grande pasticciere.....	☹️	186
Il Tempo e la Storia.....	★	187
Interferenze - 20 anni di televisione italiana.....	★	188
Italia's Got Talent.....	★	189
Jim Morrison Night.....	😊	190
Junior MasterChef.....	😊	191
Karaoke.....	😊	192
Kilimangiaro - Ci divertiremo un mondo.....	😊	193
L'arte secondo Dario Fo.....	😊	194
La classe.....	👤	195
La Gabbia.....	😊	196
La Grande Storia.....	★	197
La papera non fa l'eco.....	★	198

indice dei programmi

La prova del cuoco.....	★	199
La vespa Teresa.....	😊	200
La vita in diretta.....	😊	201
L'Arena.....	☹️	202
Le frontiere dello spirito.....	★	203
Le Iene presentano Scherzi a parte.....	☹️	204
Le Iene Show.....	☹️	205
Le invasioni barbariche.....	☹️	206
Le voci di dentro.....	★	207
L'Eredità.....	★	208
Life - Uomo e Natura.....	😊	209
Linea Bianca.....	★	210
Linea Blu.....	★	211
Linea Verde.....	★	212
L'isola dei famosi.....	👤	213
Lo show dei record.....	😊	214
Made in Sud.....	☹️	215
Mamma che torta!.....	👤	216
Mamma sei 2 much!.....	😊	217
MasterChef.....	★	218
Mattino Cinque.....	☹️	219
Maurizio Costanzo Show.....	😊	220
Melaverde.....	👤	221
Mezzogiorno in famiglia.....	★	222
Mi manda Raitre.....	😊	223
MTV Europe Music Awards 2014.....	😊	224
Museo Italia.....	😊	225
Nautilus.....	★	226
Nessuno mi può giudicare.....	😊	227
Notti sul ghiaccio.....	😊	228

indice dei programmi

Nudi a prima vista.....		229
Omnibus		230
Otto e mezzo.....		231
Passepartout - Ospite a sorpresa		232
Pechino Express		233
Per un pugno di libri		234
Piazzapulita.....		235
Pomeriggio Cinque		236
Presa Diretta		237
Quarto Grado		238
Quelli che il calcio		239
Quinta colonna.....		240
Reazione a catena.....		241
Report.....		242
Scala Mercalli		243
Sconosciuti - La nostra personale ricerca della felicità		244
Senza parole.....		245
Servizio pubblico		246
Sfide		247
Si può fare.....		248
Sogno e son desto		249
Storie vere.....		250
Striscia la notizia		251
SuperMax Tv.....		252
Tale e Quale Show		253
The Voice of Italy		254
Torto o ragione? La macchina della verità.....		255
Torto o ragione? Verdetto finale		256
Tù si que vales		257
Tv Talk		258

indice dei programmi

Ulisse il piacere della scoperta.....		259
Un mondo da amare.....		260
Unici.....		261
Uno Mattina		262
Uomini e donne		263
Verissimo		264
Virgin Territory - Aspettando la prima volta		265
Virus - Il contagio delle idee.....		266
Viva il 25 Aprile.....		267
Voyager - Ai confini della conoscenza.....		268
Week End		269
Wild Oltrenatura		270
X Factor.....		271
XLove		272
Zelig.....		273

TV PER BAMBINI E RAGAZZI

A tutto Tino.....		277
Aiuto, il mio sedere è impazzito		278
Avengers Assemble		279
Calimero		280
Cuccioli - La magia che cancella il passato.....		281
Daniel Tiger.....		282
Dora l'esploratrice		283
Doraemon - Versione restaurata		284
Egyxos		285
Emma una strega da favola		286
Fumbles		287
Fuori di specie		288
Gulp Girl		289

indice dei programmi

Gulp Odeon	😊	290
Hank Ziper - Fuori dalle righe.....	☆	291
I Dalton.....	😊	292
I pinguini di Madagascar.....	😊	293
Jake e i pirati dell'isola che non c'è	😊	294
Junior Eurovision song contest 2014	😊	295
Kung Fu Panda - Mitiche avventure	☆	296
La Dottoressa Peluche.....	☆	297
L'albero azzurro	☆	298
Le storie di Gipo.....	👤	299
Le straordinarie avventure di Jules Verne.....	👤	300
Masha e Orso.....	☆	301
Max e Ruby	😊	302
Mia and me.....	☆	303
Mofy.....	😊	304
Nano Invaders	😞	305
Oggy e i maledetti scarafaggi.....	😞	306
Over the garden wall - Avventura nella foresta dei misteri	😊	307
Paw Patrol	😊	308
Peppa Pig.....	☆	309
Ricette a colori	👤	310
SheZow	👤	311
Sofia la principessa	😊	312
Spongebob	😊	313
Squadra mostromatica	☆	314
Teen Titans Go!.....	😞	315
Ticky Toc - Sempre in orario.....	😊	316
Transformers - Robot in disguise.....	😞	317
Una spada per Lady Oscar	😊	318
Versus - Generazioni di campioni	👤	319

indice dei programmi

Violetta.....	😞	320
X Makers	👤	321
Zack e Quack	😊	322
Zecchino d'oro	☆	323
Zecchino Family Show.....	😊	324
Zou.....	😊	325

glossario dei termini tecnici

ACCESS PRIME TIME: programmi che precedono la prima serata.

ACTION COMEDY ANIMATA: prodotto che unisce azione e commedia in una serie animata.

ALL NEWS: canale tv la cui programmazione è completamente dedicata all'informazione.

ANIME: termine con cui vengono individuati i cartoni animati giapponesi creati esclusivamente per la tv e rivolti anche a un pubblico adulto.

CANDID CAMERA: registrazione video effettuata con telecamera nascosta.

CLAIM: la principale promessa fatta ai consumatori nel corso di una campagna pubblicitaria.

COLD CASE: casi di cronaca nera rimasti irrisolti nel tempo.

COMEDY: genere televisivo basato sulla commedia.

CONTENITORE TV: lungo programma televisivo, quasi sempre con conduttore, che può contenere all'interno anche altri programmi (esempio "Unomattina")

COOKING SHOW: genere televisivo che mostra la preparazione di pietanze in uno studio televisivo adibito a cucina.

DAY-TIME: la fascia oraria di programmazione televisiva che copre la mattina e il pomeriggio,

fino all'access prime time.

DOCU-FICTION: programma che coniuga il genere fiction e il documentario con ricostruzioni filmate

DOCU-REALITY: programma che accomuna contenuti informativi e scene di vita quotidiana.

FACTUAL: programma televisivo che racconta vari aspetti della realtà quotidiana senza spettacolarizzazione.

FEUILLETON TELEVISIVO: serie tv con contenuti chiaramente ispirati ai romanzi d'appendice.

FOOD BLOGGER: esperti di cucina che propongono le proprie ricette sul web.

FOOD COMEDY: genere televisivo che prevede la preparazione di piatti e ricette senza alcuna competizione.

FORMAT CROSSMEDIALE: programma fruibile non solo in tv, ma anche su varie piattaforme web.

GENERE HORROR: programma o fiction con elementi finalizzati a suscitare spavento e orrore.

LEGAL DRAMA: serie tv di genere giudiziario nelle quali i protagonisti sono i legali che risolvono casi più o meno complicati.

MARIACHI: gruppi di musicisti tipici delle regioni del Messico.

MINISERIE: fiction costituita da un numero limitato di puntate.

ONE MAN SHOW: spettacolo con un unico protagonista principale

PRIME TIME: la fascia oraria di programmazione televisiva più pregiata e competitiva del palinsesto: dalle 20,30 alle 22,30.

REMAKE: rifacimento televisivo di un'opera già esistente.

ROTOCALCO TV: genere televisivo che si ispira all'omologo rotocalco della carta stampata con contenuti da infotainment.

SAGA TV: serie televisiva che racconta storie familiari strettamente collegate fra di loro

SHARE: il rapporto percentuale tra gli spettatori di un determinato programma e il totale degli spettatori che segue la televisione in quello stesso momento. Tra gli indici di rilevazione dell'ascolto televisivo è una delle variabili più importanti: insieme al numero degli spettatori (audience) determina il successo o l'insuccesso di una trasmissione.

SKETCH COMEDY: fiction di contenuto leggero e di brevissima durata, assimilabile ad uno sketch.

SOAP OPERA: genere televisivo di origine statunitense nato con obiettivi strettamente commerciali. Il racconto procede lentamente in una serie infinita di puntate. Centrali i temi sentimentali relativi alle coppie. In prevalenza è destinata al day time con scene girate quasi completamente in interni.

SPIN OFF: serie costruita intorno a un personaggio secondario di una serie tv di successo promosso, per l'occasione, da comprimario a protagonista.

TALENT SHOW: spettacolo che prevede la competizione di concorrenti che eccellono in una particolare abilità (canto, danza, etc)

TALK SHOW: programma televisivo di stampo giornalistico basato su interviste e conversazioni di varia natura tra un conduttore e gli ospiti.

TV DEL DOLORE: genere televisivo presente soprattutto in contenitori e talk show nei quali si punta l'attenzione su fatti dolorosi per suscitare forti emozioni nel pubblico.

TV MOVIE: film prodotto e realizzato appositamente per la diffusione televisiva.

VOYEURISMO: attreazione morbosa per programmi i cui contenuti sono basati prevalentemente su sesso, violenza e cronaca nera

MARIDA CATERINI

Giornalista, esperta di televisione, critico tv. Laureata in Fisica, da tre anni è responsabile del sito www.maridacaterini.it che ha i riflettori puntati sul piccolo schermo. L'obiettivo è fornire un contributo concreto per una migliore qualificazione dei palinsesti nel rispetto della dignità dei telespettatori. Ha firmato per importanti testate giornalistiche italiane, tra cui Il Giornale, Il Sole 24 ore, Il Mattino, Il Giornale d'Italia. Dal 1997 si occupa di spettacoli, soprattutto di tv, per il quotidiano Il Tempo. Presente anche sulla stampa periodica: i suoi scritti sono stati pubblicati da Gente, Panorama e Grazia. Ha ricoperto il ruolo di docente di Teorie e Tecniche della critica televisiva, nel master per laureati in Scienze della Comunicazione, organizzato dall'Università La Sapienza di Roma. Studiosa di umorismo, ha vinto il dattero d'argento al Salone Internazionale dell'umorismo di Bordighera con una sua pubblicazione. E' stata titolare, per tre anni, della rubrica "Dietro le quinte" su Il Giornale d'Italia, analizzando, ogni settimana, un evento di cronaca, di politica, di spettacolo sotto la lente dell'ironia e della satira. Sullo stesso quotidiano, con la direzione di Luigi D'Amato, ha curato la rubrica di critica televisiva dal titolo "Indice di gradimento", per oltre dieci anni. E' componente dell'Accademia del Premio Regia Televisiva che, ogni anno, assegna gli Oscar tv ai migliori programmi e personaggi del piccolo schermo.

EMANUELE CORBO

Formazione classica, laurea magistrale in Musicologia, ha integrato la propria specifica preparazione attraverso varie esperienze operative, tra cui master in Giornalismo e Critica musicale. Profondo conoscitore del web, studia e analizza le mode musicali non solo italiane ma anche internazionali. Firma per una serie di siti web specializzati in musica e tv. Recentemente ha avuto esperienze radiofoniche in qualità di redattore di testi e attualmente scrive di musica pop, della quale è un cultore. Collaboratore di www.maridacaterini.it

IRENE NATALI

Marchigiana, sarda per metà e romana d'adozione, si è laureata in Scienze della Comunicazione all'Università La Sapienza con una tesi triennale sulla satira televisiva e la chiusura del Decameron di Luttazzi. La tesi specialistica, sempre sulla televisione, ha esaminato il ruolo di Al-Jazeera nella "primavera araba". Ha firmato per varie testate giornalistiche dalla carta stampata al web, ed è stata analista televisiva nel programma di Rai 3 TvTalk, condotto da Massimo Bernardini. Cresciuta in simbiosi con la tv, si è "nutrita" di Mtv, cartoni animati e trasmissioni di ogni genere. Lettrice assidua, è appassionata di fumetti che disegna e dei quali scrive anche i testi. Collaboratrice di www.maridacaterini.it

Finito di stampare nel mese di giugno 2015



GEMMAGRAF 2007 s.r.l.

Tipografia Gemmagraf 2007 s.r.l.
via Tor de Schiavi, 227 - 00171 Roma
Tel. 06 24416888 - Fax: 06 24408006
info@gemmagraf.it - www.gemmagraf.it

Moige onlus è un'organizzazione che agisce per la protezione e la sicurezza dei bambini, attraverso azioni di intervento e prevenzione sui problemi dell'infanzia e dell'adolescenza.

Da oltre 18 anni, il Moige è dalla parte dei genitori e dei bambini, dando risposte concrete alle loro richieste di aiuto. Per questo, promuove iniziative per contrastare grandi emergenze sociali come il bullismo, la pedofilia, la droga e l'alcool e per educare i ragazzi ad affrontare con sicurezza le sfide di ogni giorno, dalla strada a internet.

È sempre attivo con l'Osservatorio Media sul fronte del monitoraggio dei vecchi e nuovi mezzi di comunicazione e si avvale di un team di esperti che esamina le numerose segnalazioni pervenute tramite il sito www.moige.it, il numero verde 800.93.70.70 e i profili ufficiali Facebook e Twitter. Redige annualmente la guida critica, "Un anno di zapping", in cui recensisce i programmi più importanti del panorama televisivo italiano e promuove una tv family friendly.