

UN MESE DI ZAPPING a cura dell'OSSERVATORIO TV MOIGE



TV IN – ogni mese l'Osservatorio TV seleziona programmi televisivi e/o gli spot IN sulla base delle segnalazioni ricevute.



TV OUT - ogni mese l'Osservatorio TV seleziona i programmi televisivi e/o gli spot OUT sulla base delle segnalazioni ricevute.

Report Tv dicembre 2018

TV IN 

1. **B come sabato (Rai 2)**
2. **Bing (Rai YoYo)**
3. **Grana padano (Spot)**

TV OUT 

1. **Uomini e donne (Canale 5)**
2. **#CR4 - La repubblica delle Donne (Rete 4)**
3. **Immobiliare.it (Spot)**



B come sabato

Genere: Intrattenimento
Rete: Rai 2
In onda: il sabato, alle 13.30

Davvero un gran peccato aver chiuso anticipatamente questo programma che avrebbe meritato un po' di fiducia e un po' di tempo in più. Decisamente un modo diverso di presentare il mondo dello sport, non solo del calcio che probabilmente ha spiazzato lo spettatore sportivo abituato ad altro.

Nato con l'intento di raccontare "il lato umano del calcio". affidato ai conduttori Andrea Delogu e Gabriele Corsi, con il giornalista Marco Mazzocchi e i comici Gigi e Ross. lo show ricorda molto l'impostazione di "Quelli che il calcio", in cui si parla sì di pallone ma anche si fa intrattenimento puro. Ci sono i collegamenti con gli inviati dagli stadi dove si giocano le partite della serie cadetta (e si segue anche l'anticipo pomeridiano di A), e altri in cui si raccontano eventi e si mettono in risalto le tradizioni e il folklore di città e paesi italiani, il tutto arricchito da ospiti in studio del mondo dello spettacolo, le gag di Gigi e Ross e dei comici presenti, e i commenti degli opinionisti vip.

La vera novità è lo spazio dedicato alle discipline sportive meno note spesso, troppo semplicisticamente, definite "minori", che sono l'occasione per riscoprire i valori veri alla base di qualsiasi sport: il sacrificio, l'impegno, il lavoro di squadra e la passione per quello che si fa. L'obiettivo iniziale del format - e più in generale della rete - di raccontare gli aspetti più genuini e meno commerciali dello sport era stato centrato pienamente, anche grazie alla spontaneità dei conduttori che riescono sempre a rendere frizzante la trasmissione.



Bing

Genere: Serie animata
Rete: Rai YoYo
In onda: in vari giorni e vari orari

La coloratissima serie dedicata ai bambini in età prescolare è tratta dai libri dell'autore e illustratore americano Ted Dewan che ha creato il coniglietto nero Bing con il quale ha vinto nel 2016 l'International Emmy Awards. Il protagonista ha un suo giocattolo preferito, Hoppity Voosh un pupazzo coniglio; altro personaggio molto importante è Flop, una sorta di guida e figura di riferimento per Bing, con sempre pronto un consiglio giusto ma senza interferire troppo. All'inizio di ogni episodio Bing saluta sempre i suoi amici con allegria e tanto affetto, con loro ama condividere i suoi giochi, ogni giorno c'è tanto da scoprire e da imparare, dalla vita quotidiana ma anche dai libri illustrati che Bing adora sfogliare verbalizzando le storie con il suo racconto, di fatto è lui stesso, insieme a Flop, a narrare la storia facendola propria. alla fine di ogni puntata Bing si rivolge al pubblico e racconta tutto quello che è successo riassumendo la storia che i piccoli telespettatori hanno appena visto. Un cartone allegro e molto educativo.



Grana Padano – Il battitore

Genere: Spot

Un uomo cammina in una stanza dove sono depositate numerose forme di formaggio. Raggiunge uno sgabello dove ne è stata posata una, la prende e con il suo martelletto comincia a picchiettarla per verificarne la qualità e capire se potrà diventare Grana Padano.

Il suono sordo dell'attrezzo è l'innescò di qualcosa di diverso: si accendono i riflettori su un musicista che pizzica le corde di un contrabbasso, su un altro che suona lo xilofono, poi su una sassofonista e un trombettista che accompagnano una cantante che fischiotta. Una ragazza balla su un tavolo a ritmo di mambo: a questo punto il telespettatore viene portato all'interno di una casa dove è in corso una festa. Il party, all'interno di una villa, termina in grande stile con i fuochi d'artificio. Nel buffet gli invitati possono trovare e gustare il prodotto reclamizzato, che nasce proprio dalle forme di formaggio attentamente ispezionate dal battitore. La réclame termina con una frase significativa: "La vita ha un sapore meraviglioso". Un riferimento alla necessità di vivere la propria esistenza con gioia, quando è possibile, e al gusto del Grana garantito da un attento controllo a monte, da tecnici esperti. La commistione musical-gastronomica rende la pubblicità molto elegante e sottolinea come il Consorzio Tutela Grana Padano tenga a offrire ai suoi clienti prodotti all'altezza del suo nome e della sua tradizione, dove centrale è l'attenzione a ogni dettaglio.

UN MESE DI ZAPPING a cura dell'OSSERVATORIO TV MOIGE



Uomini e Donne

Genere: Dating show

Rete: Canale 5

In onda: dal lunedì al venerdì, alle ore 14,45

Pur volendo per una stagione televisiva evitare di recensire un programma già commentato e denunciato più volte per i contenuti diseducativi, ogni anno purtroppo ci ritroviamo a fare i conti con tante segnalazioni di protesta che non possiamo ignorare. Come non possiamo ignorare anche che purtroppo la trasmissione viene seguita da moltissime adolescenti che rischiano di costruire la loro idea di relazione d'amore sulla base delle storie presentate. Un vero peccato perché gli ingredienti dello show sono tutt'altro: innanzitutto un linguaggio frequentemente sboccato, volgare e irrispettoso e modalità espressive spesso di derisione se non addirittura da "bulli". Chi partecipa al programma sa di poter essere pesantemente preso in giro e denigrato specialmente quando esprime sentimenti più profondi e intimi, o almeno quando sembra che ciò accada perché il dubbio che sia tutto costruito ad arte ai fini dello spettacolo resta molto forte. Non dimentichiamo che i concorrenti, (generalmente presi da agenzie di casting) sono persone che provano a farsi strada nel mondo dello spettacolo ritagliandosi nel contesto un personaggio. Il risultato è la presentazione di squallide storie nelle quali ciascuno è disposto a tutto per attirare l'attenzione, usando ogni arma di seduzione per conquistare la "preda" e arrivare ad "amoreggiare" davanti alle telecamere, possibilmente con più di una persona, per strappare un bacio, anzi vari baci – tutti ugualmente profondi e appassionati – e poter raccontare di aver alla fine "consumato". Eh sì, perché se non sei disposto a far sesso con una persona praticamente sconosciuta sei proprio uno "sfigato". E i nostri giovani finiscono per apprendere come modelli di comportamento affettivo relazioni sentimentali superficiali, vuote, finte spacciate per "amore". Una forma di pornografia dei sentimenti, sottile, non evidente ma subdola, che può ammalare gli animi dei più giovani, dei più fragili, dei più sensibili.



#CR4 - La repubblica delle donne

Genere: Talk show

Rete: Rete 4

In onda: il mercoledì, alle ore 21,20

Il programma si basa su interviste a qualche uomo e a molte donne degli ambienti più vari, ma specialmente del mondo dello spettacolo e protagoniste del gossip. Chiambretti le intervista con il suo stile ironico e sottilmente pungente, capace col sorriso e il suo caratteristico tono ingenuo di chiedere spudoratamente qualsiasi cosa per poi stupirsi candidamente delle risposte e delle reazioni provocate, spesso sopra le righe, in qualche occasione persino volgari. È il caso di Alessandra Cantini, invitata ben tre volte a presentare le sue teorie "neo-maschiliste": la conversazione scade a un livello infimo è culminata nella terza puntata nella dimostrazione inoppugnabile di quanto da lei affermato, ossia che non porta le mutande, con il teatrino di Chiambretti che si sposta a destra e sinistra per far finta di coprire il lato b della fine ospite.

Purtroppo il programma lascia un amaro in bocca al pubblico in ascolto: possibile che per presentare il mondo femminile si percorra sempre la stessa strada, offrendo ancora una volta una visione per niente leggera ma infimamente maschilista di un mondo vacuo, superficiale e volgare? Troppo poco lo spazio dedicato a donne e argomenti degni di attenzione per bilanciare la deriva trash.



Immobiliare.it

Genere: spot

L'agenzia immobiliare online ha un portale indubbiamente ben fatto e pratico da usare, ma perché reclamizzarla valorizzando il sotterfugio, la non comunicazione tra coniugi e un uso della rete indiscriminato e invasivo?

Perché nel nuovo spot accade proprio questo: una donna ricerca un immobile online di nascosto dal marito, chiudendosi in bagno e dichiarando di trovarsi sotto la doccia; mentre lui dice alla moglie, una volta addormentata il figlio, <non dorme ancora> per avere altro tempo per proseguire la ricerca. Infine, i due si ritrovano sul divano e, fingendo di guardare la tv, continuano la ricerca l'uno di nascosto all'altro, finché non si scoprono. <Cercare la tua casa ideale è una passione irresistibile con Immobiliare.it> afferma la voce fuori campo: così irresistibile da togliere spazio e tempo alla relazione tra i due, da far loro preferire una dipendenza da "sito" al tempo che i due potrebbero passare insieme, una ricerca nascosta e solitaria a una condivisa. Eppure avrebbero potuto ricercare insieme, se solo avessero parlato, la casa ideale. Parliamo peraltro non di una scelta marginale ma centrale nella vita di una famiglia, di due persone che si amano (si chiamano dolcemente e reciprocamente "amore"), che hanno un figlio e che in quel luogo dovranno condividere una vita insieme. Insomma, se l'intento era quello di fare ironia il risultato è ben diverso: sorridiamo ma con l'amaro in bocca.