

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 febbraio 2019

TV IN



1. **Il mondo sulle spalle (Rai 1)**
2. **L'Italia a morsi (Food Network, Real Time)**
3. **Sara e Marti #LaNostraStoria 2 (Disney Channel)**

TV OUT



1. **Achille Lauro a Sanremo (Rai 1)**
2. **Alla Lavagna (Rai 3)**
3. **Spot Moto GP (Tv 8)**



Il mondo sulle spalle

Genere: Fiction

Rete: Rai 1

In onda: martedì 19 febbraio alle 21.20

Il racconto si basa sulla reale vicenda di Enzo Muscia, Cavaliere al Merito della Repubblica Italiana, che invece di rassegnarsi alla chiusura della sua fabbrica, che comportava il rimanere senza lavoro di molte persone e senza sostentamento per le loro famiglie, decide di rischiare tutto rilevandola e rilanciandola salvando di fatto tante famiglie dalla povertà.

Ancora una volta Beppe Fiorello, nel ruolo del protagonista della fiction, riesce a coniugare impegno sociale e dimensione familiare evidenziando che uno non andrebbe senza l'altro, che la grandezza dell'eroe comune sta nell'essere un uomo di valore nell'impegno civile senza sacrificare ad esso la sua famiglia, lottando per essere un buon marito e un buon padre (significativo in tal senso il finale).



L'Italia a morsi

Genere: Documentario culinario

Rete: Food Network, Real Time

In onda: in vari giorni e vari orari

Chiara Maci, pluripremiata food influencer, attraversa 20 diverse località del Belpaese delle quali, con lo sfondo di panorami splendidi, mostra prodotti ed eccellenze, metodi di cottura, locali tipici. In ogni città si reca anche in visita a casa di una "Cesarina". L'associazione culturale delle Cesarine rappresenta la rete delle cuoche casalinghe d'Italia: un modo meraviglioso per dar veste alla professionalità in cucina di tante casalinghe e valore al loro insostituibile compito di trasmettere, di generazione in generazione, le tradizioni dei piatti e anche quelle familiari legate alla cucina riguardo alle feste, alla cura dei propri cari, alla conoscenza dei prodotti del luogo, valorizzando quanto avviene grazie alla buona preparazione del pasto, al riunirsi a tavola, accogliere gli ospiti.

Il programma riesce, grazie alle capacità comunicative della conduttrice, alla cura delle immagini, all'attenzione dedicata ai protagonisti di ogni puntata, nell'intento di sottolineare che la cucina in Italia è insieme nutrizione, educazione, manifestazione di amore e che esistono tante cuoche professionali nelle nostre case, vere custodi, anche attraverso il cibo, della famiglia e della tradizione.



Sara e Marti #LaNostraStoria - Seconda stagione

Genere: Serie tv per ragazzi

Rete: Disney Channel

In onda: dal lunedì al venerdì, alle ore 20:30

Un anno è passato e le due sorelle, all'inizio della scuola superiore, per la prima volta sono divise avendo scelto diversi indirizzi di studio. Il cambiamento rimette in discussione tante cose: le amicizie, l'amore, il rapporto fraterno; in più, le ragazze risentono della crescita e delle nuove emozioni dettate dall'età. Insomma, è necessario per loro, come per ogni adolescente, entrare in crisi per poi cercare un nuovo equilibrio.

Ma un grave evento interviene a destabilizzare ulteriormente le protagoniste, la morte della nonna, che viene a mancare in un momento delicato della vita.

Le vicende si dipanano tra le gare di ritmica per Sara e la preparazione di un musical per Marti, due passioni che le assorbono, le aiutano a mettere a frutto i propri talenti e a formare i caratteri. Sullo sfondo i sempre splendidi scorci di Bevagna e della campagna umbra.

I sentimenti delle protagoniste sono raccontati con la giusta leggerezza che rende la serie adatta a ragazze e a bambine che si affacciano all'adolescenza. Allo stesso tempo c'è una cura per i contenuti che da il giusto spessore agli argomenti: le liti tra sorelle e il sentimento di "sorellanza" sono descritti con realismo, come anche la confusione nel distinguere l'amicizia dall'amore, nel saper dare un senso a sensazioni nuove, il considerare un bacio non banalità ma una cosa importante.

UN MESE DI ZAPPING a cura dell'OSSERVATORIO TV MOIGE



Achille Lauro a Sanremo

Genere: Intrattenimento musicale

Rete: Rai 1

In onda: da martedì 5 a sabato 9 febbraio 2019, alle ore 20.35

Un'edizione di Sanremo che avremmo potuto definire ottima, una conferma per il direttore artistico Claudio Baglioni. Gli ingredienti per un tale risultato: la scelta molto varia dei partecipanti che abbracciano diverse generazioni, intercettando anche i più recenti protagonisti del settore; la scelta degli ospiti, tra gli artisti italiani più amati e seguiti, nulla da invidiare a ospiti stranieri di edizioni passate; infine la scelta di uno stile sobrio ed essenziale, autoironico, che smorza immancabili tentativi di polemiche e valorizza le capacità comiche, mai invadenti, dei due co-conduttori Virginia Raffaele (elegante nel vestire, a volte originale, mai volgare) e Claudio Bisio. La gara canora riesce attraverso le canzoni a dare risalto a testi di valore per i contenuti: uno tra tutti quello di Cisticchi, una poesia e un insegnamento su come amare la vita e le cose importanti, apparentemente piccole, che offre.

Purtroppo l'edizione 2019 si caratterizza anche per un grosso scivolone nella scelta dei partecipanti: lo stile trasgressivo inneggiante a droghe e sesso, irrispettoso della figura femminile, di un noto rapper non doveva essere avallato con la sua presenza alla più importante e istituzionale manifestazione musicale italiana, peraltro con un brano ambiguo nei significati che non fanno altro che confermare i suoi messaggi.



Alla Lavagna

Genere: docu-reality

Rete: Rai 3

In onda: il sabato, alle 23.00

Il format prevede che una classe dell'elementare riceva una lezione da un adulto rappresentante della società civile: politico, persona del mondo dello spettacolo, persona socialmente impegnata, giornalista noto, ecc..., al quale i bambini possono fare domande sul tema da lui/lei affrontato.

Il programma nella sua seconda stagione è stato spostato come orario fuori dalla fascia protetta, dovrebbe pertanto essere al di fuori del nostro monitoraggio. Tuttavia ci è sembrato opportuno segnalarlo perché i protagonisti di questo docu-reality sono minorenni tra i 9 e i 12 anni, dunque ancora molto piccoli, della scuola elementare per intenderci.

Dunque il problema centrale di questo format è la violazione dell'infanzia sotto vari aspetti: i bambini sono usati per realizzare un programma rivolto agli adulti, di fatto strumentalizzati; i temi non sono trattati dagli ospiti nel modo corretto per l'età a cui si rivolgono; il linguaggio utilizzato per porre domande da parte dei bambini non sembra consono alla loro età e alle loro conoscenze culturali e linguistiche e fa pensare a domande preparate da adulti; la modalità di affrontare gli argomenti "in cattedra" fa apparire i contenuti trasmessi come dogmatici e non opinabili, in un'età in cui peraltro non c'è ancora lo spirito critico per farsi un'idea autonoma sul punto di vista proposto unilateralmente. Tutto ciò non vuol dire ritenere che i bambini non siano intelligenti e capaci di farsi una propria idea o di esprimere domande (anche se le domande non appaiono per niente spontanee), ma non hanno ancora i giusti elementi di decodifica e sono molto più influenzati dal lato emotivo che razionale.



Spot Moto GP

Genere: Spot

Lo spot, per ricordare che la domenica la rete tv 8 trasmette il famoso Campionato del mondo di velocità Moto GP, usa una metafora non solo di cattivo gusto ma blasfema: appuntamento fisso della domenica è la Messa? Bene lo è anche il Gran Premio motociclistico! Anzi nell'immaginario dello spettatore tifoso è quasi sostituibile come una sorta di rito sacro irrinunciabile. Così i personaggi del programma sostituiscono santi, organista, chierichetti, pure il prete! Come la bandiera a quadri sventolata alla partenza e all'arrivo delle gare diventa la tovaglia dell'altare, la predica una telecronaca e il penitente in confessione un corridore...L'hashtag della trasmissione, giusto per sottolineare la pesante parodia, è #fedeliaimotori che decreta l'esistenza di una nuova religione in cui il fedele è il tifoso.

Se l'intento era di far sorridere si è dimenticato che l'ironia non deve mai offendere le convinzioni dello spettatore ridicolizzando atti considerati sacri ai credenti come la messa e la confessione. Lo spot è invece in evidente violazione dell'art. 10 del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, in quanto offensivo delle convinzioni morali, civili e religiose dei telespettatori.