

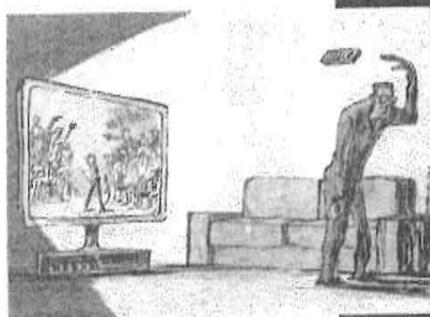


Talk-show: vincono Floris e Santoro

TALK PARADE La classifica del talk show televisivo nel mese dall'11 settembre all'11 ottobre, è guidata da Ballarò di Giovanni Floris, seguito da Santoro con Servizio Pubblico, programma più visto su La7. All'ultimo posto troviamo invece Matrix, di Luca Telese. Stiamo parlando di spettatori in termini assoluti e non di share, visto che gli orari dei vari programmi sono diversi. Floris ha una media di 3.467.199 e il 14,23% di share; Santoro 2.465.980 e l'11,6. Al terzo posto si piazza 8e1/2 di Lilli

Gruber con 1.535.736 ma con il 5,90 di share. Quinta colonna di Pac Del Debbio, su Rete4, ottiene 1.248.528 spettatori e il 4,69 battendo Porta a Porta che fa una media di 1.232.789 spettatori ma con un share del 13,26%. Matrix di Telese regge con l'intervista nella prima parte del programma (1.055.408) mentre il resto è al decimo posto battuto da La Gabbia e da Virus che però vanno in prima serata. Piazz Pulita con 1.1010.028 spettatori e il 4,64% è al 7° posto.

L'ITALIA CAMBIA CANALE. DA MISS ITALIA AL GRANDE FRATELLO, LE TRASMISSIONI CHE CI ACCOMPAGNANO DA DECENNI ANNASPANO. MA NELLE NOSTRE CASE LA TV RESTA SEMPRE ACCESA



La rivoluzione dei telecomandati

di Carlo Tecce

Ci piace la Nazionale, che non ignoriamo mai neppure se la partita è amichevole. Ci piace la musica di un passato che ritorna, più Gianni Morandi che Lorenzo Jovanotti. Ci piace la serie televisiva infinita, la drammaturgia di Montalbano, il commissario o l'antimafia siciliana proiettata a New York, Baciamo le mani. Ci piace il programma con balletti, canzoni e competizioni, il talent. Ci piace il gioco con premi, la fortuna o lo sfortunato altrui. Ci piace il giornalista che conosciamo, l'informazione che non scalfisce l'abitudine. E non ci piace, non più, l'abbuffata di reality, il contenitore di pomeriggio, la cronaca nera di sera e lo speciale di notizie la notte: da Miss Italia al Grande Fratello, la scomparsa dei nonni. La televisione non sarà cambiata, ma il pubblico sì. E con il telecomando tastato con più rapidità e dispersione, tra l'enorme offerta digitale e satellitare, le piattaforme di un tempo, cioè Canale 5 e le sorelle Rai, non reggono più l'acqua alta e mossa. Le novità. Un mese di palinsesto, un pezzo di settembre e di ottobre, trenta giorni, paragonati all'anno precedente, per fotografare quello che vogliono vedere e quello che non vorremmo vedere. Ci sono le classifiche che lo spiegano e lo dimostrano.

Cappuccino e pochi pensieri

Il telespettatore italiano, per la colazione, gradisce una modica razione di chiacchiere con Agorà di Rai3 (9,7% di share) e l'oramai tradizionale Ombus di La7 (oltre il 4%), ma è interessante notare la crescita per la rubrica Borse&Monete di Canale 5 (20,7%) e per l'oroscopo sempre di Mediaset (20,3). Il mitologico Mezzogiorno in famiglia di Rai2 (9,8%) dà

I MOSTRI SACRI VANNO AL MUSEO DELLE CERE

L'ITALIA È IN SCIOPERO. Non è uno sciopero con folla in piazza e striscioni svolazzanti. La più recente, e forse incisiva, manifestazione di massa degli italiani sta avvenendo in maniera quieta ma implacabile in milioni di salotti. L'arma letale? Il telecomando. L'Italia sta cambiando canale, e la televisione tradizionale, da sempre dominio di Rai e Mediaset, agli italiani non piace più. Era ora. Osservata dall'estero, la tv italiana è un anacronismo squallido e imbarazzante. Quiz in prima serata, lustrini e veline, varietà invarjati da cinquant'anni, dibattiti politici tanto sguaiati nella forma quanto privi di reali contenuti - per non parlare delle fiction, un universo parallelo popolato di suore, carabinieri, preti detective e medici in famiglia: vignette banali, buoniste, insipide di un'Italia che non è mai esistita. È un'industria culturale in pieno stato di demenza senile, espressione di una classe dirigente vecchia e stanca, caparbiamente ancorata a volti, presentatori, e contenuti che non riflettono in nessun modo la realtà, i gusti e la vita di milioni di italiani. Ma la televisione non è morta, e se i grandi mammut di Rai e Mediaset sono in lento e irreversibile declino, la frammentazione dell'ecosistema televisivo ha generato una serie di canali nuovi e frizzanti (Real Time, Dmax), di impronta

marcatamente internazionale, e aperti a un genere che i canali storici hanno deliberatamente ignorato: la vita reale di tutti i giorni. Sono programmi incentrati sui problemi, le aspirazioni e gli interessi del pubblico. Niente studi televisivi o ballerine, addio Papi, Venier, Ventura - mostri non più sacri destinati al museo delle cere. I volti di questa rivoluzione televisiva sono ormai, stilisti, chef, agenti immobiliari, restauratori - non dunque presentatori professionisti, ma professionisti nel loro settore. Voci autorevoli e affidabili, ma più autentiche e vicine al pubblico, che di questi programmi è il vero protagonista. I titoli parlano chiaro: Cerco casa disperatamente, Reparto maternità, Ma come ti vesti?, Malattie imbarazzanti, Il boss delle torte. Storie di persone vere che si confrontano con dilemmi e aspirazioni comuni a tutti. Un modo di raccontare agile, contemporaneo, godibile. Una tv prodotta con risorse limitate, ma un capitale inestimabile di creatività e astuzia commerciale. Fatta da giovani produttori, autori e direttori di rete che hanno avuto il coraggio di offrire al pubblico un'immagine nuova, e più autentica, di se stesso e del proprio mondo. E il pubblico ha risposto con gratitudine ed entusiasmo - cambiando canale.

Walter Iuzzolino, autore televisivo per Bbc, Channel 4 e Sky

segnali di cedimento, smarrisce due punti di share e soffre la concorrenza di Antonella Clerici, la Prova del Cuoco, su Rai1 che stacca la concorrenza al 17,2. La stessa spinta viene offerta da Jorge Bergoglio in misura quasi clamorosa. La messa di papa Francesco (22,3%) e il successivo Angelus (18,6%) donano a Rai1 mezzo milione di italiani in più rispetto al pontificato di Benedetto XVI. La tendenza si riflette anche su A sua immagine di Rai1 (15,1%), la fascia di tv pubblica gestita dal Vaticano.

Il protagonista è un'attrazione fondamentale. La carriera calante di Valentino Rossi fa inabissare Grand Prix di Italia 1, addio a ben 4 punti di share e, soprattutto, a circa 450.000 telespettatori. C'è il classico che fa ancora moda, Uno Mattina di Rai1 subisce soltanto oscillazione negativa e poi c'è il classico che stanca: il nuovo Forum non supera il milione. La tappa mattutina la vince il Tg5, che comincia mezz'ora pri-

ma del Tg1 e non viene considerato in questa fascia, con 3,2 milioni di media. Qualche anno fa andava meglio, molto meglio.

Ridge sopravvive nel deserto

Il pomeriggio sono le sabbie mobili televisive, il traguardo sono le venti. Non sai mai quanto resti in superficie: e una volta giù, non risali più. Perché l'ascolto aumenta di ora in ora, ma è costante poiché manca l'evento. Va segnalato il trionfo di Reazione a Catena di Rai1, il solito distributore di sogni e premi: versione estiva, oltre 4,5 milioni di telespettatori. E tra l'Eredità di Rai1 e Avanti un altro di Canale 5, rivali di genere uguale, la Reazione a Catena autunnale, circolano oltre 7 milioni di italiani. Viale Mazzini avrà pur risparmiato milioni di euro rinunciando parzialmente ai diritti di

Resiste l'amore per Beautiful:

dopo più di vent'anni ipnotizza il 20 per cento degli spettatori.

La Rai avrà fatto quadrare i conti, ma senza Formula 1 ha perso

il 10 per cento di share

14,23%
BALLARÒ SEMPRE
IN TESTA
E LO SHARE CRESCE

TENUTA il programma di Giovanni Floris dimostra di reggere nella crisi generale. Perde circa 400 mila spettatori ma guadagna qualcosa in termini di share passando dal 14,17 al 14,23% rispetto allo scorso anno.

2,5 MLN
SERVIZIO PUBBLICO
SI AFFERMA
DI NUOVO SU LA7

PRIMO DELLA RETE il programma di Santoro, Travaglio, Innocenzi e Vauro guida saldamente i programmi di La7 distanziando di circa un milione il Tg7 di Mentana (1.620.552) e 8e1/2 di Gruber che resiste al terzo posto.

Cruciani salta, Porro arranca



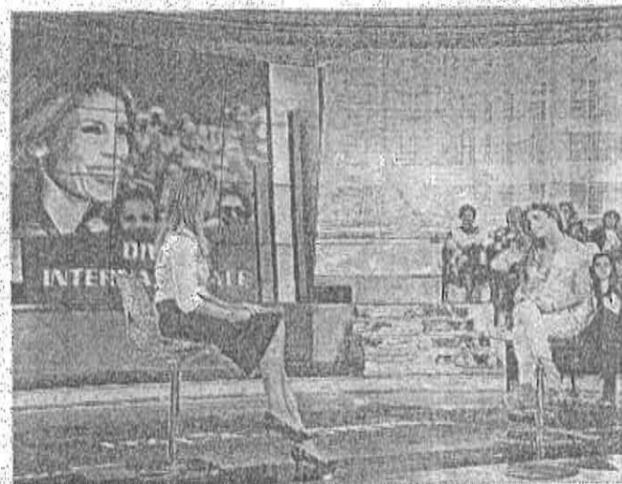
VIRUS
RAI2
VENERDI ORE 21,10
SHARE MEDIO:
3,53%

NON CONTAGIA Il programma del vicedirettore del Giornale, Nicola Porro, non è mai decollato e occupa il 9° posto nella classifica dei talk



LINEA GIALLA
LA7
MARTEDI, 21,10
SHARE MEDIO:
2,50%

LINEA SOTTILE Cacciato da Rete4 per far posto a Nuzzi, Salvo Sottile non ha portato grandi risultati alla cronaca "vera" de La 7.



LA VITA IN DIRETTA
RAI1
TUTTI I GIORNI ORE 15,20
SHARE MEDIO:
13,22%

PEREGO SCENDE Il programma è centrale nell'intrattenimento di Rai1. Ma rispetto al 17,88% del 2012, Paola Perego ha perso più di 4 punti.



RADIO BELVA
RETE4
MARTEDI ORE 21
SHARE 1 PUNTATA: **2,79%**
ANNULLATO

LA ZANZARA NON PUNGE "Abbiamo sbagliato a portare la radio in Tv" dice Cruciani dopo la chiusura del programma. Non è stato l'unico errore

Formula 1: tra repliche e dirette, però, tornano i conti e non tornano 10 punti di share. Il pubblico del dopo-pranzo e prima-cena è il più statico in assoluto. La saga di *Beautiful* di Canale 5 polarizza ancora il 20% di share e *Uomini e Donne* di Maria De Filippi, finzione e corteggiamenti, è persino in accelerazione, più 1,3% cioè 2,6 milioni. Anche *Cento Vetrine* non si schioda dal 19%. L'antica versione di Canale 5 non muore mai. I rotocalchi di Cologno Monzese e Viale Mazzini si contendono un pubblico immobile: quest'anno la spunta *Pomeriggio 5* con Barbara D'Urso (15,65%), in ritardo *La vita in diretta* di Paola Perego (13,2%, meno 4,5). La7 conferma il disastro in questo segmento di palinsesto, il risultato più incoraggiante lo regala il telegiornale (4,29%).

Il naufragio dei nuovi talk e della nera

La sera ballano i milioni veri di pubblicità e proprio la sera c'è un traffico di programmi d'informazione. Per vari motivi. Uno semplice: costano di meno. La povertà costringe a far moltiplicare i salotti fra politici, esperti e opinionisti di professione. I critici hanno celebrato il funerale dei talk show senza scrivere l'epitaffio e, particolare non marginale, il nome dei familiari. Perché le trasmissioni di successo sono in perfetta forma. *Ballarò* di Giovanni Floris fa schizzare la malaticcia Rai3 sempre intorno al 14%. Ancora più evidente il balzo di La7 con *Servizio Pubblico* di Michele Santoro che vanta una media quest'anno di 11,6% (2,46 milioni): il canale veleggia a 3,6 nell'arco di una giornata. Anche *Porta a Porta* di Bruno Vespa su Rai1 non ha subito danni né dal riesumato *Matrix* di Canale 5 né dal probabile logorio (esordi nel '96): i telespettatori sono identici al 2012, lo share indica un -0,3%, nulla. Bene *Otto e Mezzo* di Lilli Gruber: +0,5%. Un paio di punti mancano a *Piazzapulita* di La7 e *Quarto Grado* di Rete4. I nuovi arrancano. Il *Virus* di Nicola Porro su Rai2, che secondo l'azienda poteva ambire al 7-8%, nonostante gli spostamenti in calendario, vede il 4% come un miraggio. Gianluigi Paragone, ex notte fonda di Rai2, s'è trascinato *La Gabbia* su La7, modesto (non fallimentare) 3,7%. *Che tempo che fa* di Fabio Fazio, rientrato al fine settimana dopo il pessimo esperimento il lunedì, ha buttato via

mezzo milione di italiani: da 11,8% a 10,6. Rai3 merita un discorso: è la rete di Viale Mazzini che va peggio, e questo si riverbera sui programmi senza distinzioni. Persino *Chi l'ha Visto* arretra di 2,5 punti, un pochino giù *Blob* e *Un posto al Sole*. La cronaca nera fa naufragare La7 con *Linea Gialla* (2,5%) di Salvo Sottile. Il giornalista ha lasciato il posto di Quarto Grado a Gianluigi Nuzzi, che apporta un buono (non ottimo) 6,7%. Il totem di *Striscia la Notizia* di Canale comincia a vacillare seriamente, quest'anno galleggia al 17,5% vuol dire 1,5 milioni di italiani scappati altrove. Canale 5 compensa il crollo con *Italia's Got Talent* - record di 5,6 milioni - in attesa di *Amici*. Viale Mazzini risponde con *Tale e Quale Show*, imitazioni e vippume, ma 2,5% in più. E il Tg1 ha ormai staccato di netto il Tg5. Un punto in meno per il TgLa7 (6,9%). *Radio Belva* di Cruciani-Parenzo su Rete4 ha gracchiato soltanto una serata, e pure miseramente (2,8%). Non vale la pena scomporre l'ascolto di Sky, disseminato tra decine di canali. Ormai la tv a pagamento va spesso oltre il 10% e le partite, sommando Mediaset Premium, sottraggono al gruppo generalista il 15-16%. Senza contare chi vede e rivede la televisione su internet. Banale sentenziare che la televisione non sarà più come prima. Oggi non è più come prima. E domani non sarà come oggi. Perché il pubblico consuma il telecomando fra le mani, suggerisce i promossi e i bocciati. Non concede né corsi di recupero né repliche.

“ I talk show non se la passano bene ma le grandi corazzate reggono. Come Bruno Vespa, che già era dato per spacciato. In calo miti come 'Striscia la notizia' e 'Chi l'ha visto?' ”