

Comunicando

A CURA DI MAURIZIO COSTANZO

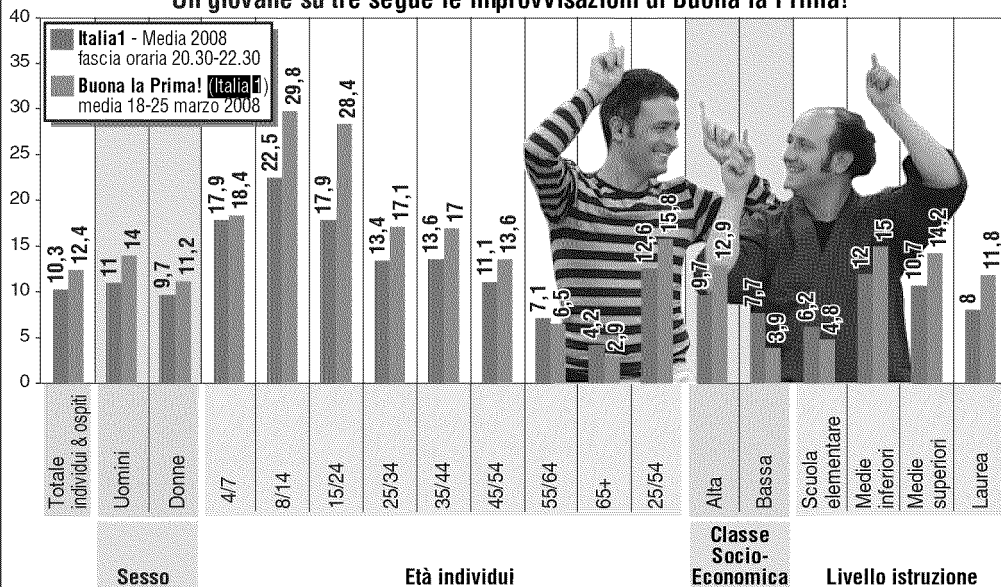
Tu mi turbi

Da qualche settimana, noi di Comunicando, abbiamo notato che il Chiambretti nazionale, Pierino la peste, come simpaticamente (?) l'hanno ribattezzato i critici televisivi dopo la sua partecipazione all'ultima edizione del Festival di Sanremo, ha assunto un atteggiamento sempre più scostante e stizzoso. Un certo livore l'abbia-

mo colto, ad esempio, nella scorsa puntata di Chiambretti speciale, andata in onda martedì sera (1e29% di share e 225mila spettatori) nei confronti sia del direttore del settimanale 'A', Maria Latella, che nei confronti di Francesco Martini Coveri. Sicuri che non sia 'niente di personale' nei confronti dei suoi ospiti, ci chiediamo: cos'è che lo turba? ■ **KRISTIANA CUFARI**

TRÈS SHARE. ALE, FRANZ & LA FANCIULLESCA GAIEZZA D'IMPROVVISARE

Un giovane su tre segue le improvvisazioni di Buona la Prima!



■ **Buona la seconda!** Da due settimane è tornato lo show d'improvvisazione di Ale & Franz, prodotto dalla Grundy per **Italia1**, e tratto da un format di successo in Germania (Schillerstrasse, Sat 1). Questa seconda edizione sta raccogliendo il 12,4% di share medio, in linea con l'anno scorso. Ma la bravura dei due protagonisti (e della Diva ex machina, Fatma Ruffini) sta nel cogliere in pieno lo spirito del format originario: il fanciullesco senso del gioco che sta dietro ogni bugia ed improvvisazione. Difatti **Buona la Prima!** sta di nuovo raccogliendo un successo notevole sul pubblico più giovane. In pratica, uno spettatore su tre nella fascia d'età dagli 8 ai 25 anni segue il programma. Si tratta di un pubblico maschile, del nord (Lombardia, 18,2%), benestante ed acculturato. ■

Dati espressi in percentuale - share per target

CENTIMETRI.IT

RDV



comunicandoci@gmail.com

The Journal e il sostegno a Walter

■ Sinistro-destro: due colpi secchi. Prima un gancio spiazzante: un editoriale interno dal titolo emblematico: *Silvio and Alitalia*. Poi, il giorno dopo, un destro potente: apertura in prima pagina con tanto di foto di Veltroni sorridente e un titolo da spot elettorale: "Il rivale di Berlusconi punta a un cambio radicale per l'Italia". In due giorni, il Wall Street Journal è entrato con forza nella campagna elettorale italiana, prendendo una posizione palese. Nell'editoriale di martedì scorso, l'attacco al Cavaliere partiva dall'affaire *Alitalia*, dove "i suoi vagheggiamenti potrebbero .. mandare a monte l'unica possibilità che si frappone tra la compagnia di bandiera e la sua bancarotta". Il WSJ si chiede come mai, quand'era Premier, "Berlusconi non vendette le azioni Alitalia "mentre ancora valevano qualcosa". Infine l'affondo: "Berlusconi "è un politico disposto a qualsiasi cosa pur di riprendere il potere. E questa è tutt'altro che una bella notizia per l'Alitalia, oltre che per l'Italia intera". Ieri invece, in prima pagina, il dream veltroniano, con allegata tabella con le misure economiche del Pd. Una "drastica cura dimagrante" che è anche una "grande sfida". Nell'intervista, Veltroni fa "un ritratto cupo" dell'Italia" vittima di "un sistema politico lento, paludoso e incapace di decidere alcunchè". Un reportage più che positivo nei confronti di Veltroni: sia nei confronti del programma politico che sulle sue capacità culturali ("ha scritto molti saggi, e un romanzo di successo"). Da noi non siamo abituati che un giornale economico prenda posizioni così nette. Ma negli States è uso comune: il New York Times appoggia la Clinton, il Washington Post preferisce Obama. Solo qui da noi c'è questo finto pudore della fantomatica imparzialità dell'informazione. Anche Rupert Murdoch, neo-proprietario del WSJ, in Italia punta ad imbastire un telegiornale "equidistante" (Sky Tg 24), per non entrare in conflitto diretto con il.. "conflitto d'interessi". Mentre in America, il suo canale Fox è palesemente repubblicano. E "The Journal", da ieri, veltroniano. ■

REMO DE VINCENZO



MENHIR

■ *Nei recenti giorni di festa, aiutato dall'inclemenza meteorologica, mi sono trattenuto più a lungo del solito davanti al televisore e anche perciò alle quotidiane vicende della Casa del "Grande Fratello". Mi sembra abbiano superato i 50 giorni e passa, vuol dire che ora devo ancora star lì, quelli che vi rimarranno, intorno al mese. Nel seguirli mi stupivo, ricordando le pruderie e le attenzioni dei primi concorrenti, di come al contrario questi ragazzi e queste ragazze, vivessero allegramente incontri ravvicinati d'ogni tipo e amori e passioni improvvisi. Per carità, forse sono più simili al quotidiano loro di altri, però è anche vero che non credo che tutti, proprio tutti, ad esser messi insieme ad altri, con le porte sprangate diventino così facilmente sospiriosi, coccolosi e anche talvolta dispettosi. ■*