

---

## Programmi 2009-2010, scarso coraggio

**Autore:** Paolo Balduzzi

**Fonte:** Città Nuova

«Squadra che vince non si cambia!». Si rispolvera spesso l'antico adagio, soprattutto in tempi di crisi, quando occorre risparmiare, ottenendo comunque un risultato eccellente o almeno accettabile. È una pratica che in televisione si usa spesso, un principio con il quale sembrano costruiti i palinsesti dei due colossi televisivi, ai nastri di partenza.

Da Rai e Mediaset poche novità e molte conferme: una serie di *reality show*, da *Amici* al *Grande fratello*, dall'*Isola dei famosi* alla "novità" di *Lost in Tribe* di Paola Perego.

I soliti telefilm e le serie, dal "numero due" in poi, di tante *fiction* italiane, alcune anche di qualità: siamo al nove per *Distretto di polizia*, al sette per *Don Matteo*, e solo al due per *L'onore e il rispetto*. Si mena la solfa anche per l'intrattenimento e per l'informazione, con i programmi già visti l'anno scorso, con le uniche eccezioni degli *one man show* di Enrico Montesano e Vincenzo Salemme, ma anche con l'inedita coppia Bonolis-De Filippi, il cui progetto musicale, al momento in cui scrivo, è ancora segreto. Mediaset però ha acquistato i diritti per l'Italia dei Grammy Awards, uno dei più importanti premi internazionali per l'industria musicale, e dunque si deduce che potrebbero essere proprio loro due i protagonisti di questo grande evento.

C'è un dato che colpisce nel leggere queste rassegne: non si osa più. Una volta i grandi autori si chiudevano per settimane in un appartamento, a scrivere e pensare alle novità da proporre al pubblico: ed ecco Mina e la Carrà, la coppia Mondaini-Vianello, i grandi *show* del sabato sera, gli sceneggiati e l'intrattenimento quotidiano. Oggi più che altro si va a caccia di format già pronti da acquistare e magari da adattare un po' al nostro modo di vedere e fare le cose. Si rischia poco, per spendere poco e guadagnare molto.

È vero che la televisione è un prodotto, e soprattutto quella commerciale deve guardare ai numeri. Ma questi si ottengono anche senza dover fare per forza i "guardoni" degli altri, puntando invece sui talenti creativi che ci sono, e di qualità. Ad esempio, si nota una forte lacuna di programmi per ragazzi: in genere si susseguono i cartoni animati senza soluzione di continuità. C'è poi quella famiglia di Raitre che si chiama *Melevisione* che è una struttura di alto livello a cui la Rai dovrebbe attingere per valorizzare i palinsesti, non solo per i ragazzi; e invece, anche *Trebisonda*, che della *Melevisione* è figlia, per mancanza di fondi, partirà solo a gennaio 2010.

Ci potrebbe dare una mano la novità del digitale, a cui presto tutti dovremmo abituarci. C'è Raiquattro, infine, al secondo posto per gli ascolti: dopo il primo anno di sperimentazione potrebbe, grazie alla libertà di cui gode, cominciare a proporre qualcosa di nuovo dalla sua serra creativa.