

La televisione
in numeri



Dmax, stile estremo che piace ai maschi

In tv è sempre più una questione di «gender». È la tendenza più forte del momento: costruire reti e programmi che s'appellano direttamente all'identità «di genere», al femminile come al maschile. Se **Real Time** ha rappresentato il caso più clamoroso di successo di questi anni, ora il gruppo **Discovery** ha puntato sugli uomini. Il canale si chiama **DMax**, e nel 2013 è la rete nativa digitale che più è cresciuta. L'ascolto medio giornaliero è costantemente salito, fino a raggiungere 130.000 spettatori, per una share

dell'1,2%. Con la «chiusura per ferie» della generalista, i piccoli canali che proseguono la loro regolare programmazione hanno ulteriori chance di crescita: a giugno la share ha toccato l'1,4%, con un picco del 3,2% sugli uomini dai 20 ai 49 anni.

A contribuire al successo, uno show — e un personaggio — già diventati di culto: «Unti e bisunti», condotto da Chef Rubio, e dedicato allo «street food», ha raccolto l'ascolto record di 441.000 spettatori per le prime due puntate, e una share del 2,1%. Insomma, in un lasso di tempo limitato **DMax** è diventato l'uesimo canale nazionale per ascolti nell'intero giorno, e lottavo per gli uomini giovani.

L'offerta abbondante della tv contemporanea spinge i canali a targettizzarsi e trasformarsi sempre più in brand. Tanto il maschile quanto il femminile sono «interpellati» attraverso «generi gendered», generi di programmi che descrivono un'idea della differenza sessuale. Nel caso del maschile **DMax**, i factual in onda si caratterizzano per lo stile «estremo»: cucina estrema, intrattenimento estremo («1000 modi per morire»), magia estrema (Dynamo). Nei programmi tv s'intravede così il modo di essere maschi — originali e sperimentatori, non necessariamente «machi» — nel nuovo millennio. (a.g.)

In collaborazione con Massimo Scaglioni
elaborazione Geca Italia su dati Auditel

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Top & Flop

Il commissario Montalbano
Zingaretti indaga sulla mafia



«La voce del violino»:
5.582.000 spettatori,
24,92% di share. Rai1,
lunedì 8 luglio, ore 21.20.
Minuto picco prime time:
6.054.000 spettatori, inizia la
seconda parte della serie con
Luca Zingaretti (ore 22.15)

Se stasera sono qui
Via alle show con Mannino



«Se stasera sono qui»:
408.000 spettatori, 1,93%
di share. La7, mercoledì 10
luglio, ore 21.20. Minuto
picco negativo: 515.000
spettatori, parte in replica
to show con Teresa
Mannino (ore 21.21)