

Il caso La storia di amicizia ambientata in un ospedale si impone tra i ragazzi. Parla il produttore Degli Esposti

Fenomeno «Braccialetti rossi» Ci sarà la seconda serie in tv

Il 40% di spettatori sotto i 24 anni. Trionfo sul web

ROMA — «Quando arriva una malattia, se ti dicono che è una battaglia persa la devi combattere comunque. I "braccialetti rossi" ne sono la prova», firmato Alessia. Questo uno dei migliaia di tweet che cadono a pioggia sulla serie in onda la domenica su Raiuno: ultima puntata il 2 marzo. Ma è già in lavorazione la seconda serie: «Abbiamo iniziato a scriverla — conferma il produttore Carlo Degli Esposti — sarà girata nello stesso agriturismo in Puglia, con lo stesso regista Giacomo Campiotti e crescerà con gli stessi ragazzi protagonisti delle prime sei puntate». Twitta Raffaella: «Dovrebbero fare mille puntate di "braccialetti". Pagherei oro per avere un gruppo di amici come quelli». E ancora: «Si può essere eroi e cool anche su una sedia a rotelle», Luciano. «Ci insegna il coraggio, l'amore verso il prossimo», Giada. «Vorrei che questa serie non finisse mai», Shan.

«Braccialetti rossi», storia di amicizia e di speranza ambientata in un ospedale pediatrico e ispirata a una storia reale, si impone come fenomeno mediatico, a cominciare dall'abbassamento dell'età media degli spettatori: il 40% è under 24 anni e «tenendo conto che la media abituale degli spettatori di Raiuno è over 60 — osserva il produttore — è evidente che esiste la possibilità di svecchiare la platea delle reti generaliste. Non serve fare convegni per interrogarsi su come attrarre pubblico

giovane, basta realizzare prodotti mirati». I dati parlano da soli: nelle prime quattro settimane la pagina Facebook della serie ha totalizzato 170 mila fan; l'hashtag #BraccialettiRossi è stato il 1° top trending fra le tendenze twitter in Italia; i profili twitter e facebook degli attori protagonisti hanno tra i 25 e i 30 mila fan ciascuno; nascono club e in rete ci sono petizioni per organizzare reunion con i 6 Braccialetti, tanto che si sta già organizzando un raduno nella prossima estate. Si tratta del primo esempio di «second screen» nella televisione italiana, perché contemporaneamente alla visione in tv c'è la condivisione sul web attraverso i social media. La compilation omonima con i successi della Pausini, Emma Marrone, Tiziano Ferro, Vasco Rossi, Emis Killa e con brani originali di Niccolò Agliardi, è la seconda più venduta in questa settimana. Così come il libro di Albert Espinosa, su cui si basa il format spagnolo da cui è tratta la fiction italiana, è in testa alle classifiche della saggistica.

«Espinosa ci è venuto a trovare sul set — racconta Degli Esposti — È un uomo di 40 anni con un'esperienza dolorosa: ha perso una gamba per un tumore alla tibia, che però è riuscito a vincere. Pur essendo un ingegnere chimico, è tra i più noti scrittori spagnoli. Non ci ha dato consigli, ma ha visto emergere dal nostro gruppo di

giovani interpreti lo stesso clima che ha vissuto quando si trovava in ospedale: tutti per uno, uno per tutti».

Scriva Angela in un tweet: «"Braccialetti" è come la vita: si nasce, si piange, si ride, si ama e purtroppo si muore». E Mattia: «In Italia servirebbero più fiction come questa, che ci insegnano l'importanza della vita e dell'amicizia». Altriché Sanremo, dicono altri in coro, è

questa la tv da fruire in famiglia. «In 15 anni della mia vita — twitta Lucrezia — non mi è mai capitato di aspettare la domenica sera con tanta ansia ed eccitazione». E il fenomeno è stato annusato anche da Steven Spielberg che ha acquisito il format per gli Stati Uniti. Conclude Degli Esposti, produttore anche di «Montalbano»: «Così come sono nati tanti cloni del celebre Commissario, spero che non accada anche con questa serie».

Emilia Costantini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

