

#martyisdead è la pluripremiata miniserie ceca che racconta con crudo e affilato realismo il cyberbullismo e le conseguenze che può avere sugli adolescenti e che dovete assolutamente vedere

È finalmente arrivata anche in Italia l'attesissima e pluripremiata serie ceca sul cyberbullismo, #martyisdead, dal 19 ottobre su Italia 1 in terza serata e sempre disponibile su [Mediaset Infinity](#).

Tutto comincia, come in un racconto di **Agatha Christie**, con la morte del protagonista che dà il nome alla serie, il giovane **Marty Biederman** (interpretato da **Jakub Nemčok**), un ragazzo 15enne che frequenta la terza media, appassionato di videogiochi e che sembra non dare particolari preoccupazioni alla sua famiglia. Un giorno, però, Marty viene investito da un corriere mentre sta attraversando la strada e muore.

Da questo plot narrativo si dipana una trama che piano piano svelerà retroscena macabri e la doppia vita di Marty. Da una parte le indagini del padre **Petr** (cui dà volto e sostanza **Jan Grundman**), che non si rassegna alla morte del figlio, si richiude nella sua cameretta e per caso scopre alcune inquietanti chat di messenger e video sul suo computer, dall'altra una serie di flashback permettono a noi spettatori di scivolare gradualmente nel buco nero del web e scoprirne il volto più violento e diabolico.

Il padre, e noi spettatori insieme a lui, scopriamo che il figlio era infatti ricattato da una certa **Eliska** che gli ordinava di compiere azioni via via più estreme ed autolesioniste, per non mettere on line un suo video hot privato. Ma chi si nasconde dietro a questa Eliska? Un uomo o una donna? Un amico o uno sconosciuto?

I
l
p
r
o
t
a
g
o
n
i
s
t
a
d
e
l
l
a



serie **#martyisdead**, il giovane **Marty Biederman**, interpretato dal talentuoso **Jakub Nemčok**.

Girato con grande gusto della messa in scena, la fotografia spazia da campi lunghi ad interni angusti a primi piani drammatici, prediligendo, quasi sempre, una scelta cromatica fredda, che accentua il disagio e il senso di smarrimento del protagonista ed anche di noi spettatori.

Solo nella stanza di Marty, davanti al suo pc, le luci diventano calde, come se solo quel luogo potesse contenere un afflato di vita, di amore e di socialità. Ma, come scoprono le zanzare attratte dalle lanterne zanzaricide, Marty (e noi con lui), apprenderà che le luci scintillanti spesso possono essere insidiose, pericolose e traditrici.

#martyisdead è stata diretta da **Pavel Soukup**, che ha spiegato come l'idea di realizzare una serie come questa sia nata alla fine del 2018 dal diffondersi del fenomeno delle sfide autolesioniste che circolano nel dark web ma non solo, inviti a superare i propri limiti attraverso presunti riti di iniziazione. Esempi celebri in tal senso sono la [Blue Whale Challenge](#), che potrebbe aver spinto alcuni ragazzi al suicidio, nata nel 2016, oppure la più recente **Blackout Challenge** di **Tik Tok**, che invita i partecipanti a stringersi una corda intorno al collo.

Come ha dichiarato lo stesso regista: *“Questa storia è nata sulla base di vicende realmente accadute. Circa tre anni fa, i media russi hanno parlato di un fenomeno che ha portato alcuni adolescenti a compiere gesti pericolosi, come l'autolesionismo. A quel punto ci siamo chiesti: chi c'è dietro tutto questo e perché? Abbiamo approfondito l'argomento e sono emersi racconti spaventosi su internet, situazioni che comportavano sfide estreme”*.

P
e
t
r
B
i
e
d
e
r
m
a
n
,
i
l
p
a
d
r



e di Marty, interpretato **Jan Grundman**.

La serie, del 2019, è stata realizzata in Repubblica Ceca, dove è stata pubblicata sul sito della rete **Mall.Tv**, in otto brevi episodi (della durata di quindici minuti ciascuno), proprio per favorirne la fruizione da parte delle nuove generazioni, spettatori ideali di questo prodotto e destinatari ultimi degli importanti messaggi che veicola.

Tutto quello che si vede in Marty is Dead è infatti frutto di vicende realmente accadute, che gli sceneggiatori hanno messo nero su bianco aiutati da un pool di esperti di cyberbullismo, cyber sicurezza ed dark web. Il risultato è questa miniserie cruda, affilata, disturbante che va dritto al punto e che anche grazie al suo formato mira proprio ad arrivare al pubblico più giovane, catturandolo come se stesse raccontando un thriller, senza però mai perdere la coscienza della realtà circostante.

#martyisdead, che ha conquistato pubblico e critica in mezzo mondo, è la prima produzione ceca ad aver vinto un **Emmy Award** nella categoria **Miglior Short-Form Series**, e ad aggiudicarsi altri importanti riconoscimenti internazionali, fra cui il primo premio al **Festival Internazionale Serial Killer**, il miglior progetto televisivo al **Festival Finale Plzeň 2020** nella categoria Serial production e il **Leone Ceco** per i risultati ottenuti nel campo dell'audiovisivo.

Non è l'unico lavoro che parla di **Blue Whale Challenge** e simili; la scorsa estate noi di **Smart Marketing** vi avevamo parlato del bellissimo e disperato film "**50 o Dos Ballenas se Encuentran en la Playa**" (Messico 2020), del regista **Jorge Cuchi**, proiettato durante la **Settimana Internazionale della Critica** in trasferta a Taranto, ma in quel caso si trattava di un film di due ore, mentre in questo si tratta di una miniserie di **8 episodi di 15 minuti ciascuno**, molto più in

sintonia con i risicati tempi di attenzione della generazione dei Millennials e ancor più della Generazione Z; sorprende, non poco, a questo punto la scelta di Mediaset di programmare la messa in onda del programma in terza serata, alle 00:30, dopo la lunga maratona televisiva delle **Iene**.

Perchè puntare su un prodotto pensato per i giovani, rivolto ai giovani e strutturato per i giovani e poi relegare questa bella e importante serie abbondantemente dopo la mezzanotte???

Non è dato sapere il perchè di questa scelta così singolare e discutibile, non sembra che **#martyisdead** abbia ricevuto particolari veti sull'età dei fruitori, ma, anche se fosse, la programmazione almeno in seconda serata avrebbe consentito la fruizione della serie da parte di genitori e figli adolescenti, assicurandosi che i più piccoli fossero già a letto.

Peccato, perchè il battage pubblicitario sulla serie è stato importante e quindi anche l'aspettativa, mortificare il tutto programmando questa serie dopo le 00:30 sembra la stessa strategia adottata dalla Rai una ventina di anni fa con il palinsesto culturale.

Prima della rivoluzione digitale televisiva, infatti, che ha assegnato canali specifici anche ai palinsesti culturali, **Rai Cultura** cominciava dopo la mezzanotte e più che educare un pubblico generalista e/o accontentare un piccolo ma "ristretto" pubblico di appassionati sembrava avere l'unico scopo di garantire che la quota parte di programmazione culturale giornaliera "obbligatoria" fosse assolta, per mantenere quell'aura di "servizio pubblico" cui la stessa Rai sembrava e forse sembra non credere più.

É inutile nasconderselo, la prima e la seconda serata sono ancora oggi, in un mondo di spettatori sempre più diversificato e sfarinato, che fruisce dei contenuti video e dei programmi su diversi device, da diverse applicazioni e negli orari più disparati, le due fasce più viste e commentate della televisione e forse **#martyisdead** avrebbe meritato un po' più di coraggio.

L'appuntamento con i prossimi episodi di #martyisdead è per martedì prossimo 26 ottobre dalle 00:30 circa, dopo le Iene, su Italia1, intanto chi si fosse perso i primi 3 episodi può recuperarli gratuitamente sul sito di [Mediaset - Infinity](#).

Buona visione!

Ti è piaciuto? Cosa ne pensi? Faccelo sapere nei commenti. Rispondiamo sempre.

Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.



Nome

Cognome

Email *

Consenso **Consentisci di usare i tuoi dati**

Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)

Iscriviti alla newsletter
