

Video o non video?



Si chiude la «stagione delle repliche». Si scatena puntuale come ogni anno la battaglia d'autunno: rete contro rete, kolossal contro kolossal. Ma quest'anno c'è una novità: i telespettatori. L'anno scorso, con Enzo Biagi e Renzo Arbore la tv ha scoperto che il pubblico era «intelligente». Quest'anno, a questo pubblico, cosa darà? Le solite, vecchie cose. Le grandi novità sono un «giro di valzer» di conduttori che cambiano giorno, programma, orario. Poco di più. «Linea diretta» è finita. «Quelli della notte» non vogliono diventare «Quelli della domenica». Pippo Baudo lascia «Domenica in» per il sabato sera. Al suo posto arriva un giornalista, Mino D'Amato, in compagnia della Lollo. Berlusconi punta sul kolossal all'americana (si chiama «Anno Domini») e sulla domenica con la Spak e Costanzo vara 14 rubriche di informazione. Resta solo «Mister Fantasy» a cercare le novità.

Ma non sarà una partenza intelligente

di OMAR CALABRESE

E così, siamo arrivati anche quest'anno alla «campagna d'autunno». Cioè alla ripresa delle ostilità fra Rai e reti private che da qualche anno caratterizza l'orizzonte delle nostre serate televisive. Solo l'estate è in regime di tregua. I programmisti, tutti indifferentemente, pensano infatti che il loro pubblico ideale si stia follemente divertendo in altre faccende. L'estate è il regno del fondo di magazzino e del programma di serie B a basso costo e senza divi. Del resto: dove trovare i «divi»? Loro, sì, sono in altre faccende affaccendati. Ad esempio nelle serate lucrose a beneficio di quel medesimo pubblico che, adesso in vacanza, decreterà il loro successo in stagioni prive di spettacoli dal vivo e dunque a cachet. Insomma: la televisione è come gli esami di Eduardo, non finisce mai.

Naturalmente, stiamo parlando di questa televisione. Di una televisione, cioè, irrimediabilmente legata alla struttura e alla filosofia dei generi del divismo. Quasi che il divismo fosse l'unico vero portatore di pubblico, denaro e profitto. Si badi bene che io qui non sto criticando il palinsesto televisivo da un punto di vista ideologico. Non sto protestando perché la Rai o chi per essa non ci offre una televisione civile, seria, impegnata, attenta alla società (peraltro personalmente una televisione simile, lo confesso senza vergogna, mi annoierebbe). Sto solo dicendo che la logica del profitto, che, a seconda dei punti di vista può essere anche comprensibile, sta producendo invece effetti perversi, perché è interpretata in maniera perversa. Perversa da parte delle private: che pensano che il profitto si realizza solo attraverso i generi del contenuto più «basso». Perversa da parte della Rai: che a sua volta a pensa negli stessi termini o pensa al profitto come profitto politico.

Eppure, durante l'inverno scorso, proprio la Rai ha avuto elementi per riflettere su un cambiamento di gusti del pubblico che magari chissà da quanto tempo è in atto e che nessuno aveva voluto finora intendere. Qualche critico televisivo ha chiamato questo fenomeno col nome azzeccato di «televisione intelligente». Piero Angela, in orario meridiano e non più in spazi ghehettizzati, ha avuto fino a sei milioni di spettatori con un programma di divulgazione scientifica. Enzo Biagi ha mostrato come si possa fare giornalismo televisivo degno di questo nome, e con un programma relegato alle undici e boicottato con spostamenti d'orario e varie altre amenità ha raggiunto quasi tre milioni di spettatori. Nel genere

dello spettacolo leggero è inutile ritornare sullo straordinario successo di Renzo Arbore, sempre alle undici passate di sera e col medesimo problema della mancanza di puntualità.

Riflessione. Ma perché la «televisione intelligente» deve avere solo spazi «in margine» alla «televisione deficiente» (se mi si consente la battuta)? I casi sono due. O la «televisione intelligente», essendo per intelligenti come dice il nome stesso, è adatta a un pubblico minoritario e dunque va collocata un po' a latere. O la «televisione intelligente», essendo fatta da intelligenti come è chiaro sia necessario, è poco manovrabile per fini diversi dal fare televisione, e a maggior ragione va isolata. Si notano così due grandi principi che reggono la programmazione televisiva (e stavolta soprattutto della Rai per tradizione). Il primo riguarda il pubblico, e consiste nel considerarlo diviso in due grandi classi: una maggioranza più o meno minorata mentale (la «casalinga di Voghera» di cui parla sempre Placido e di cui si è dibattuto quest'estate su alcuni quotidiani) e uno sparuto gruppo di «intelligenti». E' ovvio che gli «intelligenti» siano gente strana: tirano tardi la sera, vogliono capire quel che dice il telegiornale, desiderano, pensate, vedere cose nuove. Il secondo principio riguarda gli autori.

All'insegna del vecchio motto «al contadino non far sapere quanto è buono il cacio con le pere», si relegano in posizione non disturbante il cacio, le pere e coloro che mettono insieme cacio e pere.

L'anno scorso però è accaduto qualcosa a mio parere di irreversibile. È accaduto che il pubblico di massa si è dimostrato «intelligente» oltre ogni previsione. E' accaduto inoltre che autori «intelligenti» di programmi ormai siano conosciuti e amati da quel medesimo pubblico di massa. È accaduto infine che «intelligente» e «intelligenza» non si siano dimostrati più e «intelligenza» anche una persona «normale» può essere «intelligente» anche se non ha studiato.

A questo punto vien da chiedersi cosa farà la Rai (le private non mutando di troppo il loro modello produttivo ormai definitivamente fissato sulla rivisitazione lussuosa del palinsesto Rai degli anni Cinquanta). Ma i segnali non sono affatto buoni, almeno stando a vedere i programmi d'autunno. Si ripetono come sempre i soliti quiz, sceneggiati, telefilm, varietà, contenitori domenicali. Novità nell'informazione: zero. Novità nello spettacolo: zero. A meno che non si intenda come novità la presenza di un gruppo di «quelli della notte» (senza Arbore) alla domenica pomeriggio (ma la faccenda non è certa). Il che non è una novità, anzi. È la ripetizione in chiave divistica di certe «figure» del programma di Arbore (che pertanto finiranno per consumarsi), senza la ricerca della struttura nuova. E basterebbe far meno numeri e attuare i programmi con scioltezza, con naturalezza, con un nuovo senso di rispetto per il pubblico. Sarebbe persino più facile, perché i delicati equilibri necessari alla «televisione deficiente» sono assai più complicati di quanto si creda.

