

contro-reality

GIOPPE COVATTA: IL VERO GRANDE FRATELLO STA IN AFRICA
S'intitola «Il continente dei negri» la parodia del Grande Fratello di Gioppe Covatta, ambientata in Africa, in onda all'interno di «Mai dire Grande Fratello», il lunedì su Italia 1. Un reality con risvolto sociale, girato in Nord Uganda. Otto le puntate, da tre minuti l'una, realizzate da Amref, con la regia di Manfredonia, per la trasmissione della Gialappa's. La singolare parodia è guidata da Gioppe Covatta nei panni di un cinico presentatore che si autodefinisce «Grande Bastardo»: «Abbiamo preso 500 milioni di africani, li abbiamo rinchiusi in un continente e abbiamo tolto loro tutto. Adesso vediamo cosa succede...»

Raiuno

TORNA IL VARIETÀ DI PANARIELLO: HA IL CIELO SEMPRE PIÙ BLU ED È PIENO DI (PARA)FICTION

Giuseppe Vittori

Ritorna Giorgio Panariello, di sabato come da molti anni, ma questa volta senza la responsabilità della Lotteria Italia. Dal 16 ottobre, dal teatro Verdi di Montecatini, Ma il cielo è sempre più blu, porterà il varietà su Raiuno in un palinsesto tutto fiction, film e game show. «Questo è lo spettacolo che ho sempre voluto fare», dice il comico toscano che avrà accanto la cantante argentina Lola Ponce e la ballerina australiana Julia Smith, in un one man show riveduto e corretto. «Il varietà è un patrimonio della Rai, come lo sanno fare qui non accade da nessuna altra parte, è nel suo Dna», dice Panariello commentando la crisi d'ascolto per il one man show, in onda ora su Canale 5 con Teocoli, Il Teo - sono tornato normale. Così il genere accoglie nella versione Panariello una contaminazione alla moda: la fiction.

Nel corso della serata andranno in onda minifiction che saranno parodia di sceneggiati di successo. Si comincia con Adoro San Casciano Vallapena, con il nuovo personaggio di Fikus protagonista di una fiction storica (sul filone di Elisa) che vedrà la partecipazione di Orso Maria Guerrini, Mario Cipollini, Nicoletta Orsoman- do, Anna Meacci e Laura Prostamo (terza classificata a Miss Italia 2003). E si prosegue con Adoro E.R. - Medici al capolinea e Adoro Uccelli di Rovio. Renato Zero ha scritto per lui due canzoni, «ma minaccia una terza canzone oltre a sostenerci come collaboratore. Per un sorcino come me, cantare canzoni scritte da Zero è il massimo». Il titolo intanto è un omaggio a Rino Gaetano (la sorella Anna sarà presto ospite), «posi-

tivo, ma non buonista perché quello che accade nel mondo non mi vede per niente contento». Questa volta, Panariello fa da solo: non ci saranno i consueti compagni d'avventura Tosca d'Aquino e Paolo Belli, «ma il cast è in formazione con l'arrivo del comico Gianfelice Imparato e una donna diversa per ogni puntata, conduttrice per una sera, come Sabrina Ferilli che mi accompagnerà sabato». Arriveranno poi Monica Guerritore, Anna Falchi, Mariangela Melato, Ambra Angiolini, Claudia Gerini che si alterneranno, nella più tradizionale formula del varietà ad ospiti nazionali e internazionali, come Kevin Costner nella prima puntata. Da sabato per otto puntate sfiderà Maria De Filippi e il suo vincente C'è posta per te su Canale 5, «praticamente un incubo. Ogni anno mi capita di scontrarmi con

lei, tra l'altro facendo programmi completamente diversi ma che il giorno dopo per l'Auditel sono comunque comparabili». Tra gli altri nuovi personaggi, Morelino di Scansano, un buttero marenmano sposato con Butterfly che suo malgrado assiste alla colonizzazione inglese della Toscana per farne un'isola di benessere e gastronomia; la veggente Diana, un'ex tabaccaia (perché tanto sempre fumo vende) che aiutata da Carlo Pitarino fornirà al pubblico del teatro consigli di vita e Brad Pittbull, industriale del calzaturificio Scarpe Diem che ha in mente solo come rendere più attivo il suo cane cattivo. Ma il cielo è sempre più blu è scritto da Giampiero Solari con un gruppo di autori nuovo rispetto agli altri spettacoli di Panariello.

Mistero Buffo.

I monologhi dal vivo di Dario Fo e Franca Rame in 4 esclusive videocassette

sabato 16 ottobre in edicola con l'Unità a € 8,90 in più

in scena

teatro | cinema | tv | musica

Mistero Buffo.

I monologhi dal vivo di Dario Fo e Franca Rame in 4 esclusive videocassette

sabato 16 ottobre in edicola con l'Unità a € 8,90 in più

Stefano Miliani

TV

Grande fratello, annoia perfino Silvio



Dunque, proviamo a ordinare un po' le idee sulla tv italiana d'oggi, almeno per raccapezzarsi un po' e capire qualcosa. L'autunno di Canale

5, la principale rete Mediaset, è piuttosto buio in quanto ad ascolti, Teo Teocoli che è buon comico viene battuto prima dalle Cime tempestose poi da una monaca, anche se è quella di Monza, la Rai sostanzialmente non s'è rinnovata, su queste pagine abbiamo scritto che non hanno un'idea nuova eppure strappano telespettatori al principale concorrente. Ad aggiungere apparente confusione in uno scenario già confuso sentite cosa scriveva ieri la principale e più ufficiale e accreditata agenzia di stampa italiana, l'Ansa: Berlusconi, in una pausa al vertice di maggioranza di martedì, se ne sarebbe uscito dicendo: «L'altra sera ho fatto un po' di zapping in tv e mi sono imbattuto nel Grande Fratello. Ma che noia! Come fa la gente a guardare queste persone che dicono tutto il giorno una tale quantità di stupidaggini?». Che succede, ora abbiamo il presidente-critico e critica la sua Mediaset? Sia mai, sarebbe peggio d'una bestemmia. Così, come è prassi frequente, il portavoce smentisce il politico e Bonaiuti nega, a un'altra agenzia di stampa, che il premier «abbia mai pronunciato quella frase». Urge diradare un po' di nebbia. Ci aiuta, in proposito, Carlo Freccero, docente universitario, ex direttore di Italia 1 e di Rai due che aveva fatto la sua battaglia quotidiana.

Partiamo da Berlusconi: il premier sconfessa il modello creato dalla sua stessa televisione?

Naturalmente non so se ha detto la frase che lei mi ha letto. Certo è che forse è rimasto bloccato alla tv degli anni '90, ai modelli dei classici generi televisivi quando ormai i generi sono scomparsi e la programmazione è fondata sui format, quei format nati appunto sulla dissoluzione di quei generi classici. La tv commerciale importa programmi che hanno avuto successo in altri paesi per essere a rischio zero.

Ma il modello dei format lo ha lanciato Mediaset.

Ricordiamo che il Berlusconi che si occupava di programmi, prima di essere editore e politico, aveva un suo gusto, ma lui è legato a una tv che oggi è vecchia. Penso sia rimasto a una concezione di una tv tra il commerciale e il pedagogico, dove il telespettatore si divertiva ma era più passivo, mentre oggi interagisce (il che non vuol dire però che è attivo): dopo lo spettatore stupito c'è stato quello divertito e ora c'è quello che vuol essere sceneggiatore e attore della sua televisione. Infatti il Grande fratello è un reality di seconda generazione, si basa sul gioco ed esige che chi guarda interagisca.

I Grandi fratelli proliferano nel mondo e per farsi notare e fare audience imbastiscono sempre più spesso scene sempre più estreme, perfino rivoltanti come quella ragazza inglese che ha masturbato un maiale.

Nella tv commerciale lo spettacolo de-

Stupitevi un po', per Berlusconi il Grande fratello è una gran noia, ma lo dice uno ancorato a una vecchia tv che lui stesso ha distrutto. Lo nota Carlo Freccero, spiegandoci che Canale 5 è in crisi perché è il modello Mediaset che si è autodivorato



Qui accanto Carlo Freccero

i perché di una crisi

Canale 5 piange? Forse s'è imbalsamata

La crisi di Canale 5 c'è. E ha le sue conseguenze nell'alchimia della rete principe di Mediaset. Impedisce, infatti e innanzi tutto, in questo momento, di muovere pedine all'interno della tv perché muovere qualcosa è considerato troppo rischioso. Per esempio, l'annunciatissimo cambio di direzione del tg 5 di Mentana sembra congelato e il motivo non dipende dal tg ma dalla crisi dell'intera rete. Neppure i gioielli di casa come Teocoli sono riusciti a sfondare il tetto dell'auditel, i numeri parlano: lo show ha guadagnato un pugno di spettatori rispetto alla puntata precedente (4.878.000 contro 4.690mila) ma è solo un punto di share in più mentre Virginia la monaca di Monza alla seconda serata totalizza 9.423.000 spettatori (34,5%). Non c'è stata gara.

Mediaset vanta di vincere ancora sull'intera giornata con-

tro la Rai, ma negli ascolti dei programmi su cui punta di più e su cui si impegna di più economicamente non riesce poi a piazzarsi come un tempo. Sotto accusa è soprattutto Canale 5. Eppure la programmazione non è cambiata, è un po' imbalsamata, identica alle scorse edizioni ma ora non premia e il fatto che non riesca più a fare ascolti di punta è un problema tutto economico: questo è il periodo in cui i pubblicitari tengono sotto osservazione per decidere i finanziamenti delle prossime stagioni. Dunque un periodo delicatissimo e da cui deriva la grandissima fibrillazione a Canale 5. A Mediaset si discute di trasmissioni come la Gialappa's, di sceneggiati acquistati da Rete 4 come quello su Hitler, o sulla programmazione giovanile di Italia 1, mentre Canale 5, ovvero la rete della famiglia e del grande pubblico, è assolutamente statica. Non possono puntare il dito contro Amici della Filippi perché non è il programma che ha fatto flop, è la rete che non più punte di diamante. Perfino Cuore contro cuore, temutissimo dalla Rai e forse l'unico prodotto che ha allarmato Viale Mazzini insieme a Teocoli, alla fine è andato pari e patta e vinceva di mezzo punto, il venerdì sera quando la Rai ha soppresso Quark per timore della concorrenza. Ma neppure questo dà risultati sperati collegati agli spot.

Maurizio Costanzo si è ritirato dalla terza serata, dove ha solo tre appuntamenti, e si è messo nella fascia oraria della mattina. Evidentemente, lui che ha l'occhio lungo, ha pensato che quella serale è la fascia dove Raitre mette le cose più importanti, Raiuno per dire ha Vespa, e ha pensato bene di cambiare. Per cui si è piazzato in altro terreno, al mattino dove avevano già buoni ascolti le sue repliche. Striscia non fa più ascolti clamorosi né exploit perché i giochi delle scatole di Bonolis in casa Rai prendono pubblico. Canale 5 ha appunto la stessa programmazione dell'anno scorso, non cambia di una virgola (e, è bene chiarirlo, lo stesso vale per Raiuno). Gli altri anni si proponevano programmi nuovi: il «Grande Fratello» era nuovo 4-5 edizioni fa, la De Filippi fece clamore e costume. Quest'anno non hanno niente che si ponga come novità tv. Nessuna invenzione... Infine ricordiamo il consistente aumento della voce «altri» nell'auditel, che acquista un 2-3%. Che vuol dire? Vuol dire che lo schema si sta scomparendo: l'uso del decoder e tv a pagamento da un lato, dall'altro una nuova ridistribuzione... E significa che c'è un'insoddisfazione tangibile sulla programmazione. Non è che la Rai vada meglio: la novità è che non va bene nemmeno Canale 5. s. gar.

ve avere un suo eccesso (poi esistono anche altri modelli), ma questo avviene perché alla tv è rimasta una sola risorsa, la diretta. E la diretta si può usare in due modi: o per conoscere noi stessi, il mondo, fare informazione, inchieste, reportage, investigare la realtà, oppure serve solo a consumare le nostre vite. È chiaro che questi reality rendono la nostra vita un semplice consumo, giochiamo con le nostre esistenze soprattutto a livello psicologico e solo le prove eccessive possono dare spettacolo. Se consumo la quotidianità non faccio spettacolo, se la vita è piena di eccessi sì. Perciò va portato tutto al limite estremo. Anche perché quel gioco non può essere ripetitivo.

E i generi classici a cui accennava scompaiono? L'altra sera il «Gladiator», che pure è un bel filmone, spettacolare, ben fatto, su Canale 5 non ha avuto la meglio sulla fiction della monaca di Monza.

Questi generi sono sulle tv a pagamento, dove vedi cinema, calcio, le serie televisive. Mentre alla tv generalista, dal momento che censura la risorsa della diretta per indagare la realtà, resta solo il gioco. Voglio però chiarire: è la tv commerciale di Berlusconi che ha ucciso la tv, che è cambiata radicalmente, è fatta solo di format. Mediaset paga le conseguenze del modello che ha impostato e che ha vinto. Ricci con Striscia la notizia ad esempio ne viene punito, per cui il «pacco» di Bonolis è la tv commerciale mentre Ricci diventa più servizio pubblico. C'è stata una capriola.

A questo punto le chiedo: la crisi di ascolti di Canale 5 a suo dire è passeggera o c'è di più in ballo?

La prova della debolezza di oggi di Canale 5 è il programma di Ricci, un caso emblematico: voleva dare autorevolezza a Mediaset. Come ogni programma ha un suo ciclo. È già durato moltissimo e si sta spegnendo per tanti motivi: tra gli altri proprio perché il modello della tv commerciale ha contaminato la Rai e il suo concorrente, Affari tuoi di Bonolis, è più adatto a questo tipo di televisione e ha ferito mortalmente Striscia. La quale, inoltre, ha avuto le sue derivazioni, la Gialappa's, le Iene. Ma c'è un altro aspetto da notare.

Quale?

Per mantenere solidi ascolti Striscia si prolunga fino alle nove e venti, ma siccome ora è debole la ferita diventa più grossa e può infettare tutto il «prime time» di Canale 5. Vorrei chiarire che è difficile togliere il programma di Ricci, è come Jerry Scotti, sono programmi che legittimano la loro tv, sono importanti e mi pare che Canale 5 voglia conservare questa legittimazione, però è imprigionata in un bel dilemma.

Secondi i dati auditel, anche se di poco crescono gli ascolti delle «altre» reti televisive. Il muro del duopolio Rai-Mediaset si incrina?

La tv generalista, sia chiaro, rimane centrale nel sistema odierno, ma è una tv che non articola tante offerte perché dominata da problemi di risorse finanziarie e rischia di perdere quei gruppi che non cadono nel gusto medio. La personalizzazione dell'offerta aumenta e passa da internet, dalle reti a pagamento, da altri media come i dvd (che è fondamentale). Di conseguenza ci sono frange di spettatori che hanno i loro gusti e vogliono informazione, o cinema, o serie come, tanto per citare un esempio, i Sopranos, per cui da quest grande unità che è la televisione generalista iniziano a sfilarci coloro che non si riconoscono nel gusto medio. Infine indicherei un problema di età.

Età in che senso?

Nulla da eccepire sulla fiction Rai, è estremamente italiana, ma esalta l'identità nazionale, risente del passato sceneggiato, e i giovani non ci si rispecchiano e vogliono Sex in the city o altre trasmissioni e le trovano nelle reti a pagamento.