

La CLASSICA eseguita dai più grandi interpreti del nostro secolo

**ROSALYN TURECK**

Oggi in edicola il cd con l'Unità a € 5,90 in più

18

domenica 8 ottobre 2006

# 10 IN SCENA

La CLASSICA eseguita dai più grandi interpreti del nostro secolo

**ROSALYN TURECK**

Oggi in edicola il cd con l'Unità a € 5,90 in più

## In Onda

FIORIELLO RIPARTE CON «VIVARADIODUE»  
MA SE OGGI VA SU RAIUNO A RAITRE TREMAMO

Fiorello, Marco Baldini e i loro amici che sbancano con gli ascolti tornano in onda da oggi alle 20.15 con *Viva Radio2* e con un galà «in smoking» (e si parla di radio). Domani dalla sala di via Asiago a Roma i due scatenati conduttori, la squadra degli autori e l'imitatrice di Monica Bellucci, Gabriella Germani, che darà voce a donne come Alessandra Mussolini, Emma Bonino e altri, riprendono la programmazione nei consueti orari: dal lunedì al venerdì sveglia alle 7, diretta dalle 13.40 alle 15 e replica alle 23. Se amate le



parodie del programma, ritroverete quelle di Camilleri, dello Smemorato di Cologno, di Nanni Moretti, ma, come novità, Fiorello imiterà anche Umberto Eco e Marina Flaibani, compagna quotidiana di automobilisti e camionisti perché voce dell'Acì sul traffico a *Onda Verde*. Solo che la serata odierna stando alle agenzie, ha messo in subbuglio Raiuno e Raitre. La prima rete preparerebbe infatti un'incursione del trascinate Fiorello dopo il Tg1 (spostando o facendo saltare il già registrato *Affari tuoi?*), e questa proprio nei minuti in cui sul terzo canale scorre Fabio Fazio con il suo *Che tempo che fa*. E cosa temono, a Raitre? Che l'incursione di Fiorello, un trascinate, se funziona non rimanga isolata.

**SCENARI** La Ventura che all'Isola dei famosi promette «mazzate», il terrificante «La pupa e il seccionone», palinsesti allo sbando: non è la debacle del gusto, è il modello del reality che invade la programmazione. E per la tv generalista il futuro si fa cupo

di Roberto Cotroneo / Segue dalla prima

Il trionfo del programma comprato a scatola chiusa, basato su idee di altri, esclusivamente idee straniere, chiamato «format», è ormai la dimostrazione che le idee non ci sono più, e quel poco che circola si compra. Ora siamo al delirio dei reality. L'altra sera una Simona Ventura inferocita litigava con la mamma di un'attrice, Domiziana Giordano, a proposito di presunte questioni con l'attore Massimo Ceccherini sull'*Isola dei famosi*. Litigi dove Simona Ventura arrivava a dire: «E comunque non mi fate proprio paura se mi venite vicino, perché io le mazzate le so dare». Terrificante anche un pro-



Den Harrow, uno dei «naufraghi» dell'*Isola dei famosi*; sotto i conduttori di «La pupa e il seccionone» Enrico Papi e Federica Panicucci

# Tv, il naufragio del reality

grammino, format anche quello, *La Pupa e il seccionone*, dove dei finti studiosi, si accompagnano a bellezze italiane incapaci di dire chi sia mai un certo George W. Bush. Le pupa e i secciononi vengono commentati in studio da una ormai imbarazzante Alessandra Mussolini, e da uno Sgarbi che non sa più quello che sta facendo e quello che dice. A questo aggiungete *Circus*, ennesimo reality con Barbara D'Urso che darà il peggio di se stesso, e poi tornerà il *Grande Fratello*, e chi più ne ha più ne metta. Soccomberemo ai reality, o riusciremo a reagire

**Volgarità sempre più estreme, trasmissioni comprate perché non ci sono idee: e molti dati d'ascolto suonano la campana a morto**

cominciando a spegnere tutti gli apparecchi televisivi possibili? Perché oltre ai reality non c'è molto. Riusciremo infatti a evitare, la domenica pomeriggio, le dignitosissime e museali gemelle Kessler che ballano con Pippo Baudo? O proveremo a rifarci con l'informazione televisiva gettandoci su Santoro, Mentana o Vespa a seconda delle preferenze politiche e ideologiche? No, ci sono sempre meno spazi. E questa volta sembriamo arrivati alla resa dei conti. Non tanto tra un conduttore e l'altro, o tra un programma Rai contro un programma Mediaset, ma sull'idea stessa della cosiddetta televisione generalista.

Una settimana fa, il presidente della Rai Claudio Petruccioli si lamentava giustamente di certa indecenza e volgarità televisiva, soprattutto nei programmi del pomeriggio. E prima ancora, sul *Corriere della Sera*, Aldo Grasso, faceva notare come i palinsesti non abbiano più una logica, e i programmi slittino tutti verso la notte fonda, soprattutto quelli di informazione. Al punto che Vespa e Mentana, i primi a essere colpiti da questa anarchia televisiva, più che combattere con le scelte del pubblico televisivo, debbono combattere con il sonno dei telespettatori.

Questo slittare continuo è uno dei problemi, ma non è il solo. Persino Santoro, che è stato per troppo tempo lontano dal teleschermo, per ora fatica più a darsi un'identità televisiva coerente e riconoscibile. Per quanto il suo programma di informazione funzioni, e abbia un seguito, i risultati di ascolto non sono ancora del tutto stabili. Ieri *Liberò* titolava a tutta pagina sugli ascolti dell'ultima puntata di Michele Santoro, dicendo che fa la metà degli ascolti di Floris. Ascolti bassi e instabili perché la Rai Due in cui opera Santoro non è quella di Carlo Freccero, e non è neppure la Rai Tre in cui nacque *Samarconda* con la benedizione di Angelo Guglielmi.

È questo è il primo problema. Le reti non hanno un contesto. Sono soltanto dei contenitori incoerenti. Questo pesa moltissimo nelle programmazioni. Per cui diventa possibile per la Ventura promettere «mazzate». Oggi in Rai, ma anche a Mediaset, te lo dicono tutti con chiarezza: i direttori di rete sono degli ostaggi chiusi in un fortino assediato. C'è chi si spinge a dire, giustamente, che il vero direttore di Rai

**REALTÀ TV** «Bip bip», «du' palle» di Ceccherini, «Circus» volgare

**Vacche, porcate e strusciate**  
**Il peggio è qui**

di Roberto Brunelli

**1 L'Isola dei maiali.** C'è modo e modo di precipitare negli abissi in nome del Dio Auditel. Prendete Massimo Ceccherini, il comico toscano che dall'alto del suo turpiliquo regge quasi da solo gli incerti destini dell'*Isola dei famosi* (Rai2): è vero, lui riversa sui suoi antagonisti nel programma una raffica di epiteti genitali in crescendo («m'hai fat-



to du' palle!», etc), ma i «bip-bip» di censura spalmati sul Ceccherini medesimo nella loro ipocrisia perbenista risultano ben più volgari. Soprattutto, ben poca cosa è lo sconcio di marca toscana (si pensi al Boccaccio, all'Aretino...) rispetto alla volgarità sconcertante di una Simona Ventura che minaccia nel tripudio generale una signora anziana, madre dell'attrice Domiziana Giordano, gridando «io non mi faccio intimidire, io le mazzate le so anche dare». Per inciso, lo slogan del reality ha un sinistro suono da Ventennio: «Crederci: sempre. Non mollare... mai!».

**2 Il circo dei voyeur.** A *Reality Circus* (Canale5) gli ascolti vanno maluccio e tu che fai? Un nuovo numero coi leoni? Una simpatica scenetta coi clown? No: mostri ad un ragazzino con l'apparecchio ai denti il falso filmato di una concorrente, incidentalmente sua madre, che mima una finta seduzione assai porcellona. Commenti in studio: «Guarda come struscia il sedere...».

**3 Vacche allo sbaraglio.** *Wild West*, sempre Rai2, che conquista uno share inferiore a quello dei programmi notturni, ha scatenato tra i piagnistei di concorrenti particolarmente privi di personalità - le ire degli animalisti. Questo perché, ci vien detto, le povere vacche che si suppone i nostri

Uno non sia Fabrizio Del Noce, ma sia Bibi Baldini, ovvero colui che produce molti dei programmi più importanti della rete. Da Celentano a Gianni Morandi, per intenderci. Un paradosso che ha una parte di verità. Un paradosso che scoperchia una serie di problemi. Il primo fra tutti è quello dei paradigmi. Una televisione che non ha un'idea generale su cui basare sulla sua identità è una televisione che perde ascolti e interessi. Da settimane i dati di ascolto di tutti i programmi suonano come campane a morto. Gli ascolti calano, i programmi sono sempre gli stessi e i programmi di informazione sono gli stessi, sostanzialmente, da dieci anni.

Nessuno si illude che la televisione debba essere ciò che non potrà mai essere. Al punto che è vero che ormai i telespettatori che se lo possono permettere le partite le guardano su Sky, e quelli che sono molto alfabetizzati, con gusti esigenti, viaggiano sui canali satellitari, e guardano poco o niente della televisione generalista. Come è vero che i canali tematici saranno certamente il futuro della televisione. Già, ma quando questo futuro tematico diventerà un

debbano trascinare da una parte all'altra dell'Arizona verrebbero marchiate a fuoco, i vitelli castrati con una bella lama affilata, e i testicoli successivamente mangiati dai nostri cowboy caserecci. Cosa chiedere di più?

**4 L'ignoranza-cult.** Il grande fenomeno televisivo della stagione è *La Pupa e il Seccionone*, Italia1, straordinaria evoluzione-trash della commedia all'italiana tendenza Pierino. Ultrastereotipo: procaci ragazzotte riprese da sotto la minigonna, sfigati studiosi bruttini che sudano e, soprattutto, un catalogo infinito di ignoranza all'ennesima potenza. Stralafalconi che ormai sono diventati un fenomeno di costume, da citare al bar o raccontare agli amici: al primo posto Hitler preso per «n'attore», seguito da Dante Alighieri scambiato per un capo indiano, mentre il potere legislativo in Italia ce l'ha «il Papa». Ultimamente, per dare una nuova scossetta agli ascolti, fanno sbagliare anche i secciononi: uno pensava che la Repubblica italiana fosse nata il 2 giugno del '41! Ma niente di tutto questo è volgare quanto la risa teppista in studio tra gli «opinionisti» Vittorio Sgarbi e Alessandra Mussolini, attualmente usata anche come «promo» dello show... signori e signore, benvenuti alla tv generalista del nuovo millennio.

futuro immaginabile? E soprattutto come riempire di contenuti quel futuro? Su questo tema, gli esperti televisivi, gli osservatori sono molto cauti. Nessuno sa come fare i canali tematici, nessuno riesce ancora a immaginare quello che accadrà su quelle reti dal 2012, o magari anche prima. Il digitale è in parte ancora tutto da scoprire, una chimera, anche se molto concreta, che per ora sta all'ombra di una televisione generalista che continua a destrutturarsi senza trovare nuove risposte.

Per i corridoi di viale Mazzini, e per gli uffici di Mediaset la musica è sempre la stessa comunque. Guerre di concorrenza a ondate, contro-programmazioni selvagge, ma anche non belligenza per lunghi periodi. Il caso di Vespa e Mentana è emblematico. Vanno in onda ormai sempre più tardi. E il pubblico mostra una certa stanchezza. Non è colpa dei conduttori, che anzi sono rassicuranti nel loro essere in video come sempre, è colpa di una formula. La formula che chiameremo della poltrona in studio. L'informazione con la poltrona in studio assomiglia troppo al talk show, e il talk show ormai ha cambiato nome, il talk show di questi ultimi anni non è altro che il reality. Dunque l'informazione non può avere a che fare con il reality, ha bisogno delle telecamere che corrono per l'Italia e raccontano la realtà.

Forse l'idea dell'informazione del futuro assomiglia più a quella della Gabanelli, e meno a quella di Vespa e Mentana. Ma per ora rimangono soltanto dei forse. In questa crisi della televisione generalista in molti sono pronti a giurare che non c'è ancora un'alternativa. Perché tra i canali tematici, indicati come l'unico futuro possibile del mezzo televisivo, e il beccherone a cui assistiamo quotidianamente sui canali tradizionali, c'è una terra di mezzo, un'isola di approdo sufficientemente grande per passarci un lungo periodo, un periodo che può durare almeno un decennio. Quello necessario per allevare un pubblico televisivo che non ha nostalgia della vecchia tivù in bianco e nero pedagogica e rassicurante dei romanzi sceneggiati, ma che non sa che farsene della televisione interattiva, perché non la sa usare. Questo pubblico di mezzo che userà le reti satellitari quando lo riterrà opportuno, ad esempio per il calcio, e tornerà alle generaliste quando vorrà vedere qualcosa di più tradizionale, è ancora tutto da capire. Soprattutto da quelli che hanno cambiato l'estetica, il gusto, il modo di parlare, di vestirsi e di comportarsi del cittadino televisivo medio, e dunque dell'italiano medio: ovvero i pubblicitari. I pubblicitari avranno il compito di mettere a fuoco un gusto e un paradigma televisivo prossimo venturo. I telespettatori multiplacheranno i telecomandi per passare da una parte all'altra, dalla parabola all'antenna tradizionale. Quelli che fanno televisione stanno cominciando a capire che è finito un

**La tv deficiente è un cancro, si allarga e così una parolaccia di Ceccherini sull'Isola colpisce tutti, anche chi fa l'attualità**

mondo, e che non basta più comprare la spazzatura trasmessa fuori d'Italia e riadattata. Come non si può, dall'altro lato, e ogni volta, sperare in una televisione colta, sofisticata e di alto livello. Perché sarebbe un ossimoro e uno snobismo impraticabile.

Si è chiusa un'epoca, non solo nell'intrattenimento televisivo, non solo nel modo di dare i programmi sportivi, e non solo nell'impazzimento volgare e insopportabile dei reality, ma persino nei programmi di attualità, in quelli seri, con ospiti importanti, dove si parla del nostro presente e del nostro futuro. Perché la televisione volgare, la televisione deficiente, la televisione più inconcepibile è un cancro, una metastasi che si allarga e colpisce tutti i programmi, loro malgrado, e invade tutto senza speranza. Non basta più dire: i reality sono una cosa, l'informazione un'altra, e i programmi nazionali-popolari un'altra ancora. Sotto, è tutto collegato assieme: come il principio dei vasi comunicanti. Sotto finisce che per un Ceccherini che dice volgarità ci rimettono tutti. Ma non si potrebbe cominciare a dire basta a questo scempio?

roberto@robertocotroneo.it