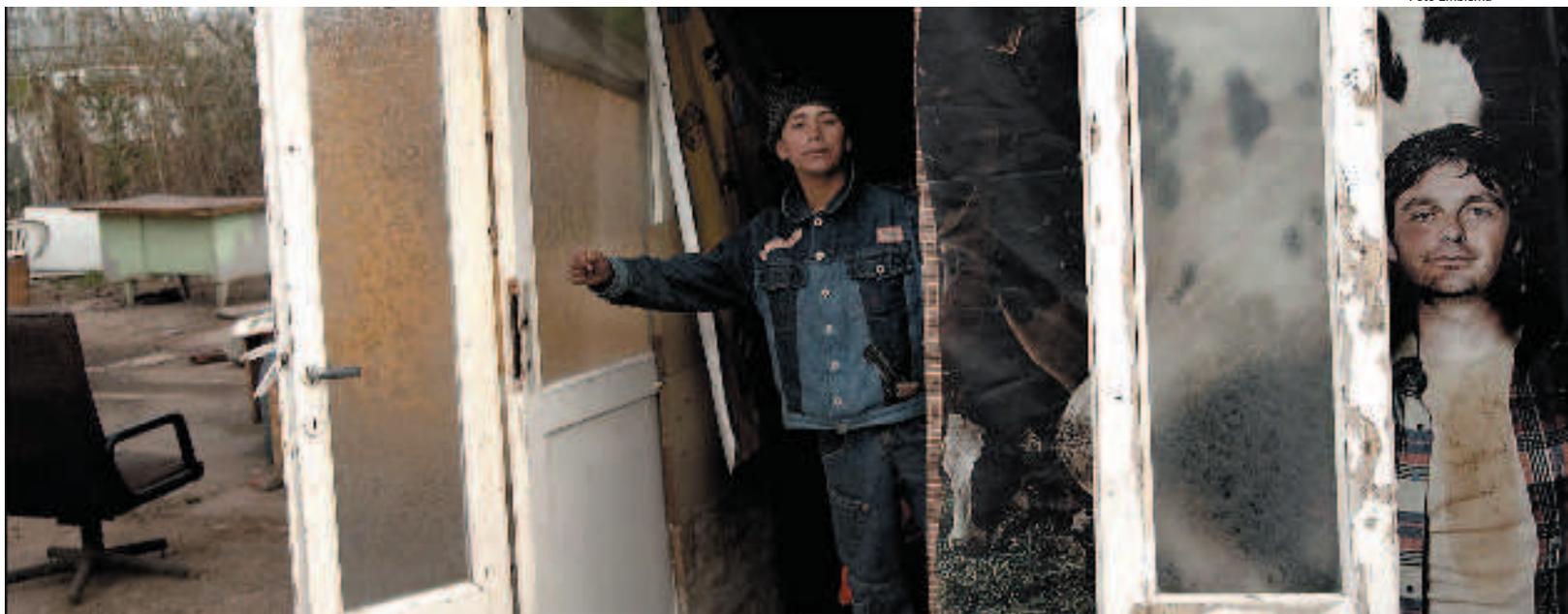


Foto Emblema



Vite in bilico nei campi rom Milano, quartiere Bovisa, una foto scattata in occasione dello sgombero dell'insediamento abusivo in via Bovisassa nel marzo 2008

→ **New reality** Le novità sono l'aumento dell'audience e la presenza di personaggi trasgressivi→ **L'interattività** I «marginali» vincono perché le loro comunità di riferimento si mobilitano

La tv cambia, il Paese no

La voglia di ordine rimane

Un'analisi di Carlo Freccero su come sono cambiati i reality, copiando un po' la pay-tv e proponendo personaggi trasgressivi o marginali. In questo caso a vincere sono le comunità che li sostengono (e li votano).

CARLO FRECCERO

DIRETTORE DI RAI4, AUTORE TELEVISIVO

Solo una stagione fa il reality sembrava spacciato, coinvolto in una spirale discendente, in un circolo vizioso caratterizzato da una progressiva degradazione del casting e, di conseguenza dei contenuti. Per spingere l'acceleratore sulla volgarità, sulla popolarità dei contenuti per catturare la maggioranza, gli autori e gli addetti al casting mandavano in scena personaggi sempre più «normali» oppure, al contrario, fortemente tipizzati in senso negativo, potenziali interpreti de *I mostri* di Dino Risi.

Il culmine era stato raggiunto con lo sdoganamento in pubblico dei rumori corporali, così come della rissa gratuita condotta sul filo della volgarità. Questo modello

di reality «basso» costruito per raggiungere il minimo comune denominatore del pubblico e la mitica maggioranza, aveva progressivamente stancato il telespettatore procurando un calo progressivo dell'audience. I format più famosi sembravano aver completamente esaurito la spinta innovativa delle origini. Oggi siamo di fronte a due fenomeni nuovi: l'aumento dell'audience e, contemporaneamente, la novità - in reality diversi - di personaggi trasgressivi e marginali, il Transessuale e il Rom, tradizionalmente non due eroi, ma due bersagli della critica della maggioranza silenziosa, e sicuramente in contrasto con il desiderio di sicurezza e di ordine che pervade a livello politico il paese. C'è una sola ipotesi possibile.

IL PUBBLICO DEGLI SMS

Così come la PayTv è stata contaminata in questa stagione dalla Tv generalista e fa le sue prove di televisione per tutti reclutando Fiorello, Mike Bongiorno e la Cuccarini, così la televisione generalista comincia ad essere influenzata dalla PayTv.

La presenza di un'offerta a paga-

mento ha creato, anche in campo televisivo, un pubblico attivo, abituato ad orientare le sue scelte non in base alle scelte della maggioranza, ma in base a gusti e culture specifiche ispirati ai *cultural studies*, gli studi sulle differenze culturali che hanno proprio nelle differenze di genere, di tradizione e di stile la loro ragione d'essere.

LA RIVINCITA DELLE MINORANZE

Sky ha reti maschili, femminili, gay. Ha un intero settore dedicato a

Sovversioni

La tv generalista viene usata in un modo nuovo e diverso

mondi e culture diverse. Notiziari in più lingue, espressione di punti di vista oggi molto discussi come l'islamismo di Al Jazeera. Una parte di questo pubblico attivo guarda alla tv generalista con occhi nuovi: non la subisce, non è soggiogato dal conformismo dei palinsesti, ma lo stravolge, ci gioca, e le minoranze,

che vengono sempre in qualche modo punite dalla dittatura della maggioranza, la sovvertono. Così com'era accaduto con la comunità gay che l'anno scorso si era mobilitata per Luxuria all'*Isola dei famosi*, dietro questa vittoria ci sono comunità che si mobilitano, i montenegrini, gli albanesi, e questo è curioso: è la rivincita di chi non è rappresentato dal campione dell'Auditel. È la vittoria della minorità sulla maggioranza, che è passiva e non lancia sms.

Non dimentichiamo infatti che nel bene e nel male il reality di nuova generazione sono caratterizzati dall'interattività, anche se rozza, costituita dalle scelte del pubblico. È quindi possibile che nel momento in cui la tv generalista è colpita da un'emorragia e da un esodo di una parte del pubblico attivo di internet e Sky, questo stesso pubblico ritorni per fare della tv generalista un uso nuovo e diverso. ♦

 SU L'UNITÀ ON LINE

Con il video della finale del «Grande Fratello»
www.unita.it/news/84117/