

fabrizio battocchio

PANORAMICA INTERNAZIONALE



Ai mercati: non solo *Stranamore*

Nel mio intervento cercherò di trasmettervi una panoramica internazionale del cosiddetto Reality Show: tracciarne l'identikit, articolarlo nelle varie famiglie, individuarne le varianti e misurarne lo stato di salute. Lo farò da navigatore dell'etere altrui, ma anche da frequentatore delle fiere internazionali in cui questo tipo di programmi viene trattato. Proprio per essere coerente con questo punto di vista, vi proporrò una serie di etichette con cui vengono commercializzati i vari ceppi dell'albero dei Reality. Non si tratta di una sistematizzazione coerente in generi: ci sono invece molte sovrapposizioni e diversificati principi organizzatori (talvolta di tipo contenutistico, altre volte stilistico, altre ancora strutturali). D'altronde se andassimo ad un mercato internazionale e chiedessimo ad un fornitore di mostrarci i suoi Reality Show, costui ci guarderebbe con stupore e chiederebbe: **"What do you mean with Reality Show?"**. Noi risponderemmo con degli esempi: *Surprise surprise* (Carramba), *Forgive me* (Perdonami), *All you need is love* (Stranamore). Per noi è apparentemente chiaro, eppure anche in Italia i confini non sono ben delineati: che ne è di *Forum*, *Missione impossibile*, e anche *Coppie*? Di *Per tutta la vita*, *Festa di classe*, o *Chi ha incastrato Peter Pan*? O dell'eredità di Guglielmi su Rai 3: *Chi l'ha visto*, *Mi manda Lubrano*, *Ultimo minuto*, *Un giorno in pretura*, *I racconti del 113*: insomma della TV Verità? A ben vedere quando chiedo a un fornitore di mostrarmi il suo catalogo di Reality show, certo penso a *Stranamore*, ma non mi stupisco se mi viene mostrato un talk show o un documentario... Insomma Reality show non è solo *Stranamore*: si articola, verticalmente, in vari sottogeneri e si apparenta, orizzontalmente, ad altre modalità di trattare la realtà, foriere a loro volta di interessanti tipologie di programma. Proviamo quindi ad articolarlo meglio...



Tv di servizio

La **Utility television**, o **Tool TV**, comprende tutta l'area dei **court show** alla *Forum*, e il redivivo genere in difesa del consumatore e del cittadino: lo storico programma francese *Combien ça coute* sta conoscendo una seconda giovinezza anche grazie all'omologo spagnolo *Cuanto cuesta* su TVE, cui Tele5 ha risposto con *SOS Ciudadano*. Sulla tutela del cittadino si devono ricordare ancora *Asi es la vida* (TVE1), *That's life* (BBC), *Ook dat nog* (Olanda), *Wie bitte* (RTL).



Light reality

Altro è il mondo del light reality.

Il primo e più significativo sottogenere, per volume d'ascolto prodotto e per la capacità di segnare l'evoluzione del light entertainment è l'**Emotainment**, cioè **Emotional entertainment**: è una invenzione linguistica con cui Endemol, la società olandese che ha prodotto *Stranamore* e *Perdonami*, ha promosso nel mondo i suoi format. Sono programmi di taglio leggero (qualcuno ha proposto di chiamarli **Light Reality**), **un approccio non giornalistico ma spettacolare**, che tematizza le relazioni sentimentali, le emozioni umane. In questi programmi la televisione assume un ruolo cruciale: opera la mediazione, consente la risoluzione, veste i panni sociali del confessore, dell'intermediario, dell'agente, del ruffiano, dell'aiutante.

È un genere nato nel nord Europa (vedi l'inglese *Surprise surprise* e l'olandese *All you need*) sul finire degli anni '80 e subito diffusosi nei paesi mediterranei, vero e proprio ricettacolo ed amplificatore del genere. D'altronde la predisposizione al reality era già segnata nella paleo TV e in un genere apparentemente agli antipodi, il quiz. A questo proposito citiamo il nostro ospite Aldo Grasso:

"Il quiz italiano si caratterizza per una dilatazione teatrale dell'automatismo ludico di fondo, e al ritmo incalzante della domanda e della risposta preferisce contrapporre personaggi, tipi, storie, emozioni, insomma quello che Mike chiama il "contorno spettacolare". Da Lascia o raddoppia a Portobello si compie la lunga parabola della nota di colore che da inserto, da parentesi, diventa struttura portante".¹

E *Portobello* è davvero il padre putativo dell'Emotainment, se pensiamo ad alcune delle sue rubriche: Fiori d'arancio (*Agenzia matrimoniale* e poi *Stranamore*), Dove sei? (*Chi l'ha visto* e poi *Carramba che sorpresa*), Gli inserzionisti (*Cervelloni*, *Strettamente personale*).

L'emotainment trova il proprio filone principale nel **filone "Dreams come true"**, realizzazioni di sogni e desideri. Nella sola Inghilterra si contano moltissime versioni: da *Surprise surprise* a *Jim will fix it* (sogni più quotidiani) a *Anything you can do* (sul lavoro), *Gimme a wish* (realizzazioni in diretta), *Dreamworld* (versione aggiornata di *Surprise surprise*), *Whatever you want*^{*2} (con meccanismo di game). Tutte varianti di un medesimo concept. Il **filone della trasformazione** riguarda invece il "come diventerò", ma anche il "come ero": *Before they were stars-Matricole*, *Brutto anatroccolo*, *Change your life forever*^{*}. C'è poi il **filone dell'incontro e della riconciliazione**: *Stranamore*, *Perdonami*, *Carramba*, *Colpo di fulmine*, *Gracias para todo*, *Aisuru futari*. Ovviamente è sempre possibile la contaminazione con il game show: è il caso di *Pour la Vie*, *Per tutta la vita*. D'altronde, durante il nostro viaggio in orizzontale

1. Aldo Grasso, *Storia della televisione italiana*, Garzanti, 1992

2. * I programmi asteriscati sono descritti nelle schede da pag. 35

dentro il Reality, possiamo ben dire che il game show è anche un sottogenere del Reality Show.

Anche qui l'Inghilterra è esemplare, con i suoi **Factual game**: gare di cucina (*Ready steady cook*), gare di giardinaggio (*Surprise gardener*), gare di arredamento (*Change your room*). Ma che il Reality porti a ripensare nel suo complesso il game è un dato di fatto. Un esempio estremo è un pilota della BBC, *A date with**, dove si sfidano tre concorrenti disabili, con esiti grotteschi.

I **People show** sono invece programmi di intrattenimento, perlopiù finalizzati al riso e con l'impiego di meccanismi di gioco, che si basano sul coinvolgimento attivo e inconsapevole dell'audience: *Non dimenticate lo spazzolino da denti* (un teatro delle piccole crudeltà, dell'intraprendenza, della vergogna), *Segreti e bugie* (lo spettacolo della gogna in chiave ludica sul tema delle marachelle), e ovviamente *la Corrida*, il pioniere. Si contrappongono ai **Celebrity Show**, dove oggetto della sorpresa sono le star (*Serata a sorpresa*, *Festa di classe*)



Il flipper

Il reality show, probabilmente per la prima volta nella storia della televisione, è il tentativo di portare il concetto commerciale di format, e cioè la possibilità di acquistare e importare, dal game show a qualcosa che non è più un game show. Sono programmi basati sulla realtà, ma con una caratteristica forte, quella di essere formattati. Richiamandoci alla metafora del flipper: un elemento di realtà (le palline) viene fatto entrare all'interno di un percorso precostituito, in un ambiente scenografato che si presenta come la realtà ma che è quasi sempre uno studio televisivo, e con una tensione orientata verso il finale. La pallina entra, rimbalza, si inserisce in cunicoli, accende e spegne interesse. L'attenzione però è rivolta al momento cruciale: sarà rimbalzata o finirà fuori scena?

Questa modalità di prodotto comincia ad entrare in crisi nel resto d'Europa.

Il primo dato è che **non ci sono più nuovi prodotti nell'ambito del reality show**. Se poi pensiamo all'Inghilterra, non troviamo più nessun titolo in palinsesto, neppure *Surprise Surprise*. Sembra passato di moda anche in Francia, mentre resiste in Olanda, ma limitatamente a due titoli, *Perdonami* e *Stranamore*.

Gli stessi due titoli che troviamo in Germania, ma sottoposti ad un radicale make up, perché sono diventati prodotti estremamente giovanili, per il look e per la scelta di target.

Stranamore in Germania è diventato una sorta di gioco di relazione e anche *Perdonami* è molto lontano dalle lacrime, a cui avevano abituato il pubblico tedesco. Segni di crisi, come può confermarci Paolo Vasile, cominciano ad

esserci anche in Spagna, sia per *Sorpresa, sorpresa*, che per *All you need is*



Real Tv

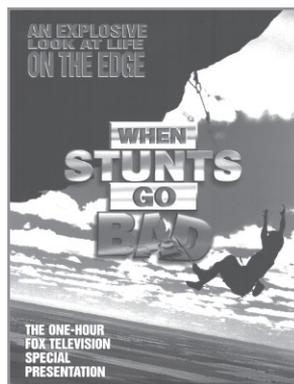
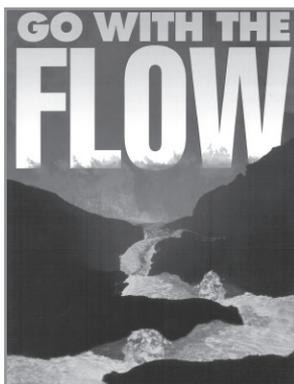
Se il Reality Show formato flipper langue, la realtà continua ad essere lo sfondo dell'intrattenimento all'estero: **il Reality show, in orizzontale, si apparenta infatti ad un'altra importante famiglia made in USA, la Real Tv.**

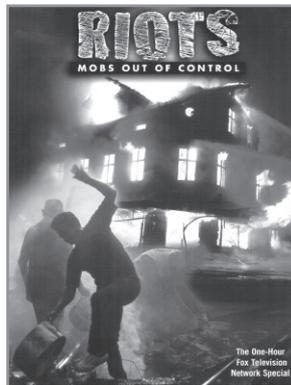
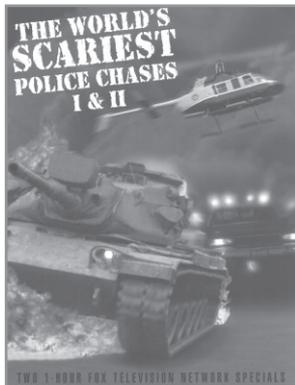
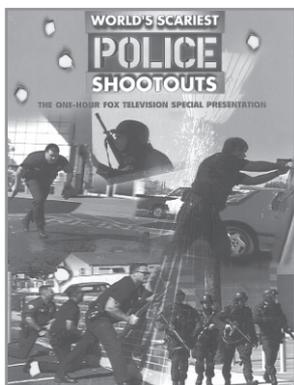
Anche questa grande famiglia è al suo interno estremamente variegata ed articolata, e sempre più si allontana dal ghetto del documento scioccante di taglio giornalistico e sensazionalistico per invadere i territori dello spettacolo, dell'intrattenimento, del Real Show se vogliamo.

Storicamente, il fenomeno investiva le **reality series americane** del filone Law and order: *Stories of the highway patrol, Cops, Top cops, LAPD, Police file, Inside crime*. Si trattava di racconti relativi alle imprese delle varie forze dell'ordine, attraverso ricostruzioni drammatizzate, documenti amatoriali, riprese a circuito chiuso. Anche in Italia hanno avuto il loro momento con *Storie del 113* e *Pronto polizia*: da allora si sono evolute ed hanno proliferato: *World's scariest police chases, World's wildest police videos, When cars attack, Car wars, Attack squad...* Con un pedale sull'acceleratore e nomi roboanti.

Al fianco del filone delle reality series si è sviluppato quello dello **shockumentary**: documentari crudi, crudissimi, su eventi raccapriccianti, tragedie personali e catastrofi naturali. Queste ultime hanno poi dato luogo ad un filone premiatisimo ed autonomo, il **disastertainment**: l'intrattenimento a base di disastri (chi non ricorda il filone cinematografico catastrofico dei vari Terremoto, Uragano, Valanga, Vulcano?). È lo spettacolo del sublime. Eccone alcuni esempi: *World's scariest police shootouts* (le più spaventose sparatorie della polizia), *Riots, mobs out of control* (sommosse, folle fuori controllo), *The world's scariest police chases* (i più spaventosi inseguimenti polizieschi), *When stunts go bad* (quando le acrobazie finiscono male), *World's deadliest volcanoes* (i vulcani più mortali del mondo).

Ci sono, ancora, vere e proprie serie: *When good times go bad, When good pets go bad, Life against death, Men against nature, World's most shocking videos, World's most shocking moments, World's most shocking medical videos, World's most dangerous magic, World's most amazing videos**. Un grande suc-





cesso editoriale che però sembra oggi essere incrinato dalla riluttanza degli investitori: i più estremi di questi titoli sono stati cancellati dai network per il prossimo autunno.

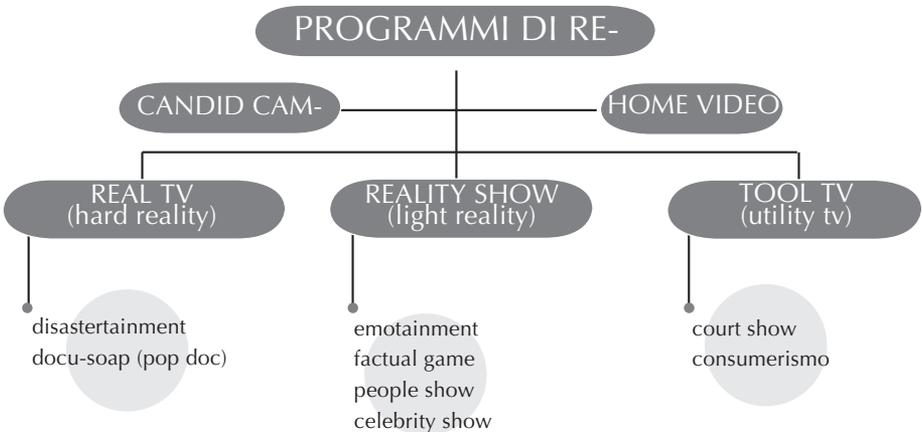
Un filone affine al precedente, ma più legato all'universo delle relazioni interpersonali, è quello inglese del **pop doc**, **popular documentary**: momenti di vita quotidiana colti nei loro climax, laddove è più facile cogliere rabbia, furore, conflitto, caratteri polemici. Con un trend di successo in Inghilterra, anche in questo caso si tratta di vere e proprie raccolte, come la serie dei "...from Hell" di ITV, che cominciò con *Neighbours from hell* (che arrivò al 42% di share), per poi continuare con *Garages from hell*, *Holidays from hell*, *Divorces from hell**.

Sempre ITV ha lanciato la serie "...Britain's worst": *Britain's worst drivers*, *Britain's worst DIYers* (cioè i peggiori "do it yourselves", come dire "I peggiori bricoleur"). Ancora su ITV: *Parking wars*, cui la BBC ha risposto con *The clampers*, così come aveva risposto sui vicini con *Neighbours at wars*.

Un approccio più soft alle real stories è rappresentato da un genere molto in voga in Gran Bretagna, e che ha solleticato interesse di recente anche in continente: le **docu-soaps**. Anche qui lo sfondo tematico è la vita quotidiana, situazioni ovviamente particolari ma pedinate secondo il sogno di Zavattini. Episodi sporadici già erano emersi nei palinsesti inglesi degli anni passati, come *Family viewing*, vero e proprio monitoraggio delle dinamiche interne ad un nucleo familiare che si presta ad essere osservato nella quotidianità. Poi: *Real World (Davvero)* e *Road rules*. Ora è un fenomeno sfruttato in modo sistematico: si seguono i protagonisti, si impara a conoscerli, si matura nei loro confronti simpatia o antipatia, senza sorprese eclatanti o deus ex machina improvvisi. Il ritmo è davvero quotidiano, semmai leggermente accelerato da un paziente lavoro di montaggio, e favorito dalla situazione che si è deciso di mettere sotto i riflettori, che ovviamente deve fornire un buon humus affinché qualcosa di divertente o di commovente prima o poi accada. Qualche titolo:

Copshop (ufficio di polizia dell'Hampshire), *Wildtrack* (viaggio di due teenagers in Africa), *The matchmaker* (attività di una agenzia per cuori solitari), *Family feuds* (conflitti familiari), *Jailbirds* (prigione femminile dello Yorkshire), *Builders*, *Animal police*, *Love Townma*, *Mersey blues**. Ma ci sono anche ospedali, cuochi, turisti, operai, cliniche veterinarie, uffici comunali, commessi viaggiatori, club calcistici, ospedali, college, cani poliziotto, locali notturni. Finora i tentativi nel resto d'Europa non sono stati baciati da analogo successo e si è ancora in cerca di una via: in Germania su RTL *Das Clubschiff* (su una lussuosa nave da crociera) è andato piuttosto male, mentre molto meglio è andato *Die Fahrschule* (adattamento dell'inglese *Driving schools**), che ha un taglio divertente³. In Spagna TVE1 ha lanciato *Vidas paralelas**, che ha iniziato male, al 17.2 %, ma ha avuto un benaugurante incremento di due punti sulla seconda puntata. In Francia si registra *Au coeur de la vallée* (in un centro di vacanza invernale). Ma la voglia di divertirsi a spese altrui sembra essere esplosa anche nel resto del mondo, attraverso il ritorno in grande stile di storici titoli che ha spesso contribuito a rafforzare i Reality Show: si tratta degli **Home videos** (in USA) e delle **Candid Cameras**. Tra le candid più interessanti, sicuramente il filone che sfrutta l'innocenza spiazzante dei bambini come in *Chi ha incastrato Peter Pan*. Ma anche il filone dei *Caught in the act* (colti con le mani nel sacco): da *Red handed** a *Busted on the job**.

Dal lontano Giappone una variazione sul tema. Questa volta mi sono preso la libertà di inventare io un nome per questo genere: **docu-comedy**, per similitudine con le docu-soaps. Il tratto distintivo? La comicità, l'umorismo (i partecipanti sono sempre comedians dilettanti) e una buona libertà manipolativa



3. Il direttore programmi di Sat 1 è certo che l'umorismo paghi nei docu-soaps, e le evoluzioni di questo genere in Giappone sembrano dargli ragione.

LE SCHEDE DEI FORMATI di reality e real tv



A DATE WITH

Paese: UK

Canale: Channel 4

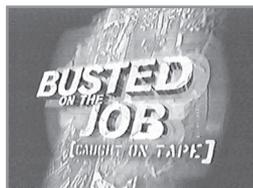
Programmazione:

domenica 19.30 – 20.00



Tre concorrenti disabili (ad es. una cieca, una balbuziente, una affetta da handicap e zoppicante) devono sfidarsi in alcuni giochi e vincere i punti necessari per conquistare un appuntamento con una celebrità. Nella prova "facts of life" le concorrenti devono rispondere ad alcune domande sul mon-

do dei disabili. Nella prova "blind date" le tre devono riuscire ad ordinare un drink per un fantastico ragazzo seduto al tavolo. Nella prova "you have been shamed" una candid camera le riprende in situazioni spiacevoli.



BUSTED ON THE JOB

Paese: USA

Canale: FOX

Programmazione:

giovedì, 21.00 – 22.00



La telecamera dei circuiti interni di sorveglianza riprende alcune persone al lavoro in situazioni imbarazzanti. Ad esempio una segretaria che si spoglia, una coppia di poliziotti che fanno sesso in ufficio, un uomo che spia

dietro il buco della serratura, un cuoco che arricchisce le ricette con ingredienti "particolari".

www.busted.com



CHANGE YOUR LIFE FOREVER

Paese:UK

Canale:ITV

Programmazione:

lunedì, 18.45 – 19.30



Un centinaio di persone vengono selezionate, ma ad una sola verrà data la possibilità di realizzare un sogno e decidere se cambiare la propria vita.

Le sette persone finaliste vengono giudicate da una giuria di vip che li interroga e cerca di sapere perché vogliono cambiare la loro vita, indagando sulle loro aspirazioni più nascoste. Il

vincitore viene invitato a vivere per un mese nella nuova vita (ad es. deve provare l'esperienza in Africa a contatto con gli animali e la natura selvaggia). Dopo un mese, viene invitato in studio e di fronte alla sua famiglia ed amici deve prendere la decisione se cambiare vita o no.



DENPA SHONEN

Paese: Giappone

Canale: NTV, Yomiuri Tv

Programmazione:

domenica, 22.30-22.55



Overo come sopravvivere grazie ai premi vinti nelle estrazioni.

Il comico Onasubio, detto "Melanzana", deve cercare di accumulare premi e raggiungere la cifra di un milione di yen, rimanendo chiuso in una stanza con un mucchio di cartoline, una radio,

il telefono e cibo sufficiente per alcune settimane.

Melanzana scrive anche un diario dove annota la sua giornata tipo. Il comico in questione è rimasto, finora, nella camera per ben 273 giorni.



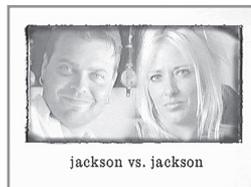
DIVORCES FROM HELL

Paese: UK

Canale: ITV

Programmazione:

lunedì, 21.00 – 22.00



Vengono presentati i filmati del matrimonio, le foto e tutti i momenti felici vissuti insieme. Poi il fallimento: il divorzio. Una voce fuori campo intervista i protagonisti della vicenda, cercando di capire perché sono arrivati alla

separazione. Viene anche intervistato un legale. Alcune storie sono divertenti, altre drammatiche (come quella di una donna denunciata per "molestie" dall'ex marito).



DRIVING SCHOOL

Paese: UK

Canale: BBC1

Programmazione:

19.25 – 20.00



Due signore hanno superato il test scritto per la patente e devono cercare di fare pratica per passare il test definitivo. La prima signora si trova in macchina con il marito e cerca di fare

retromarcia. Un'altra signora studia tutti i meccanismi della sua auto con il manuale in mano, mentre i suoi nipotini si divertono alle sue spalle.



MERSEY BLUES

Paese: UK

Canale: BBC2

Programmazione:

mercoledì 21.00 – 21.50



Documentario sul lavoro quotidiano della polizia di Merseyside. La telecamera li segue soprattutto di notte. I casi di criminalità trattati sono soprattutto legati al mondo della droga.

Sono anche presentati dei filmati veri con scontri a fuoco, persone ferite, spartorie.



RED HANDED

Paese: USA

Canale: UPN

Programmazione:

lunedì 20.30 – 21.00

Candid camera organizzata dalla fidanzata o dall'amico della vittima, che si vuole colpire mentre indulge nelle sue piccole manie, vizii e peccati. In un episodio la ragazza organizza una candid camera in un lussuoso albergo ed incastra il suo fidanzato mentre questi ruba tutto quello che trova, dallo shampoo agli asciugamani. In un secondo

episodio un ragazzo decide di fare uno scherzo al suo amico, un vero fanatico per la sua autovettura. Nel terzo, una fidanzata gelosa trova il suo partner mentre fissa intensamente una ragazza che si cambia nello spogliatoio di una boutique.

www.upn.com/shows/red/redhanded.html



VIDAS PARALELAS

Paese: Spagna

Canale: TVE1

Programmazione:

giovedì, 00.15 - 01.45



Storie vere di gente comune. A titolo di esempio, riportiamo le quattro storie di una puntata.

Una coppia cerca disperatamente di adottare un bambino e si rivolge ad un centro per l'adozione internazionale. Dopo vari colloqui possono finalmente partire ed incontrare due fratellini. Un'altra coppia che gestisce un caffè afferma di temere che il loro locale sia infestato dai fantasmi, e dopo diversi

colloqui con maghe e pseudo esperti di spiritismo decidono di collocare delle telecamere nel locale per verificare che cosa succede di notte.

Alcune ragazzine vorrebbero conoscere da vicino il loro gruppo rock, i Backstreet boys e riescono ad andare al concerto dei loro beniamini. Una coppia cerca di arrivare ad una finale di ballo.

www.rtve.es/tve/program/vidapara/index.html



WHATEVER YOU WANT

Paese: UK

Canale: BBC1

Programmazione:

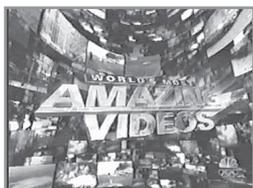
sabato, 18.30-19.20



Ecco alcuni esempi di sogni realizzati dal programma, che mette in competizione tre concorrenti o tre squadre. Il sogno di tre concorrenti è di andare in Africa e partecipare ad un safari in Kenya. La prova che selezionerà la vincitrice consiste nell'associare ad ogni animale di peluche che le concorrenti hanno accanto a sé in un cesto, il verso dell'animale "vero" registrato. Chi riuscirà ad indovinare più animali possibili vincerà il viaggio.

Tre coppie sognano di gestire un pub. Per vincere il pub dei loro sogni devono memorizzare una complessa ordinazi-

one e riuscire a ricordare tutti gli ingredienti dei drinks ordinati. Tre fans di un famosissimo cantante francese devono rispondere a domande sulla sua vita: ad ogni risposta esatta possono azionare il telecomando della limousine in cui il cantante è bloccato. La vincitrice potrà trascorrere una serata in compagnia del proprio idolo. Il sogno di tre persone è di vivere in un circo ed essere un clown.



WORLD'S MOST AMAZING VIDEOS

Paese: USA

Canale: NBC

Programmazione:

mercoledì, 21.00 – 22.00



Filmati anche particolarmente scioccanti e violenti che mostrano immagini reali di incidenti, disastri naturali, violenze compiute dalla polizia, animali impazziti che attaccano l'uomo, terremoti, incen-

di, alluvioni. Una voce fuori campo introduce le immagini. Testimonianze ed interviste alle persone coinvolte o scampate alla tragedia.

www.nbc.com/redesign/homepage/shows2z_fr.html

Fonte: Service Creativo Direzione Intrattenimento