

aldo grasso

Fisiologia del reality show

Vorrei innanzitutto fare un lungo passo indietro, e risalire al 1496. Accanto ai grandi eventi della Storia - la scoperta del Nuovo Mondo, la morte di Lorenzo il Magnifico, la cacciata degli ebrei dalla Spagna - l'anno deve essere ricordato per la "pubblicazione" di un curioso libro di moralità, intitolato "Lo specchio della santità di Elckerlyc", termine, quest'ultimo, che nel tedesco antico significa, pressapoco, 'l'uomo qualunque'.

È singolare che nel XV secolo sia stato dedicato un libro all'uomo qualunque. In esso si racconta come, per trapassare nell'Aldilà - per accedere ad un altro mondo - sia necessario spogliarsi, liberarsi delle proprie sembianze, del proprio carattere, dei vizi e delle virtù.

Solo quando si è completamente spogli, sopraggiunge un angelo destinato a condurci in un'altra realtà.

Riprenderò più avanti "Lo specchio della santità di Elckerlyc", attribuito al monaco certosino Diester Petrus Dorlandus, e cercherò di chiarire il senso di questa citazione in relazione al nostro oggetto, il Reality Show.



Un genere "troia"

Il reality è stato definito un genere ibrido, complesso, "a suo modo scabroso". Qualcuno ha detto: un "genere troia".

Quest'ultima espressione sembra particolarmente adatta: "genere troia" perché si dà a tutti, e, così facendo, riesce a prendere qualcosa da tutti, in un movimento che è un "donarsi" e un "prendere".

Per queste ragioni, il Reality Show è un genere che si presta alla facile ironia dei critici e alle analisi molto pensose dei sociologi; è un genere che sancisce l'impudicizia, l'intrusione nella vita privata, che mescola segni e sogni, apparati produttivi e modalità espressive.

È un genere rivolto - già nella sua ideazione - all'uomo qualunque (Elckerlyc), ed è in grado di risvegliare in lui la voglia di esprimersi, di parlare, di "relazionarsi".

Il Reality Show ha una sua profondità, nonostante ai critici appaia così superficiale.

Esso è soprattutto un'idea di realtà o meglio, un'idea che la televisione si fa della realtà.



La tv verità: la verità dell'enunciato

Per comprendere meglio questo punto, dobbiamo fare un altro passo indietro, questa volta più breve, e collocarlo nel contesto italiano. Quest'operazione è l'unica che ci permette di capire alcune cose sul "nostro" Reality Show.

Quest'anno si è celebrato il decennale di *Chi l'ha visto?*. Si è scritto e si è detto molto di questi dieci anni di trasmissione: il programma di Rai 3 ha provocato più mutamenti antropologici nel costume che determinato svolte decisive in ambito puramente televisivo. Esso ha piuttosto sanzionato la "Tv verità". Quest'ultima è un'espressione che nacque appunto dieci anni fa e che in qualche modo coinvolse tutti.

Quest'anno si dovrebbe invece festeggiare - se fosse ancora in onda - un altro decennale, quello di *C'eravamo tanto amati*, on air dal 1989. Da un rapido calcolo, fatto sulla base dello scarso materiale d'archivio disponibile, sono convinto che *C'eravamo tanto amati* abbia registrato un record storico: è il programma che si è attirato più critiche nella storia della televisione italiana, sul quale sono state dette cose tremende, appena pareggiate dal biasimo suscitato da Sandra Milo per l'ormai storico urlo "Ciro! Giro!".

Se volessimo schematizzare, abbiamo allora, da una parte, la "Tv verità" - lo splendore del "vero" in Tv - e dall'altra parte, l'ignominia di *C'eravamo tanto amati*.

Il problema, oggi, sta tutto qui: dovremmo infatti interrogarci sulla distanza che esiste tra la "Tv verità" di *Chi l'ha visto?* e l'ignominia di *C'eravamo tanto amati*. È proprio questa distanza che ci interessa comprendere e verificare se essa sia così enorme come appare a prima vista.

Dieci anni fa si è effettivamente verificata una svolta nella televisione italiana. Essa non coinvolge soltanto *Chi l'ha visto?* ma - più in generale - tutta una linea, identificabile come quella di Rai 3. Si propugnava la "Tv verità": pareva che fosse finita l'era della Tv come totale finzione, tutta lustrini e paillettes. Era finalmente giunto il tempo di una Tv che, invece, mostrava il coraggio di andare per le strade, di rappresentare la realtà così com'era.

Questo ci faceva credere soprattutto Angelo Guglielmi, che si richiamava a modelli "alti", niente meno che a Pier Paolo Pasolini: "Raccontare la realtà attraverso la realtà".

Successo veramente questo? I programmi di Rai 3 raccontarono la realtà mostrando la realtà? O piuttosto non si verificò un cambiamento più radicale ancora? La domanda è palesemente retorica. Ciò che accadde veramente fu che, per la prima volta, la televisione non mostrò tanto la verità del fatto - i fatti, cioè, sottratti al reale - come d'altronde era sempre accaduto, ma se stessa nel momento in cui si realizzava.

Per la prima volta, dieci anni fa, è successo che la televisione, "giocando" a

mostrare la realtà, ha cominciato a mostrare se stessa, a far cadere tutto quel retroscena che prima era una sorta di zona 'off limits', che non si poteva vedere, e di cui non bisognava sapere niente.

Se io mostro una persona al telefono e, dall'altra parte, c'è qualcuno che dice: "Sì, l'ho visto ieri sera alla stazione etc" metto in scena due realtà: quella del mondo "esterno", e quella della televisione nel momento stesso in cui viene prodotta. Rappresento cioè l'officina della televisione, la denudo e la mostro nell'attimo in cui accade.

Sono gli anni di *Telefono giallo*, di *Io confesso* e di *Caccia all'uomo*. Dietro questi programmi abita un'astuzia: quella di Guglielmi e del suo modo di fare televisione, anch'essa novità assoluta. Astuzia che un broadcaster come Carlo Freccero continua a praticare: la consuetudine, cioè, di accompagnare con un apparato teorico i propri programmi, che non vengono più lasciati a se stessi, al loro semplice impatto sul pubblico, alla loro forza di trasmissione.

Questi programmi venivano accompagnati da un apparato teorico. Che ci parlava di "Tv verità", di "neo-neorealismo", di nuova narrativa popolare. Nel caso di *Chi l'ha visto*, ad esempio, si faceva riferimento alla grande letteratura popolare dell'800.

Era, quella, una televisione che compiva tre gesti fondamentali: mostrava "la verità", se stessa nel suo farsi ed esibiva, infine, il suo apparato teorico. Un apparato che metteva un po' in soggezione: i giornali cominciavano a riempirsi di concetti astratti, a dare voce non soltanto alle star, ma anche a quelli che, realizzandoli, facevano sfoggio di teoria.

Di questa aura di "Tv verità" hanno goduto molti programmi dell'epoca: *Scrupoli*, *Pronti a tutto*, ma anche trasmissioni della concorrenza, da *Forum* a *Sfoghi ad Agenzia matrimoniale*.

L'astuzia della "televisione verità" era quella di prendersi in qualche modo il merito di avere inventato una nuova televisione, lasciando al contempo tutta l'esecrazione a quei programmi più o meno simili, ma - differenza non da poco - privi di un apparato teorico d'accompagnamento.

Salvata la "Tv verità", tutto il diletteggio era indirizzato al Reality Show.

E qui si inserisce un fenomeno di grande interesse: in tutti i libri che si sono scritti sulla televisione, specie in Italia e in Francia nell'ultimo decennio, di taglio per lo più sociologico, si è parlato di **prostituzione dello sguardo**, di **oscenità del vedere**, di **iper-visibilità iperrealista**. Termini forti, accompagnati da un curioso equivoco di fondo nel quale sono caduti in molti: una sorta di errore di strabismo che ha portato a confondere il Reality Show con l'intera televisione. L'oggetto, cioè, della massima esecrazione, assunto a punto di riferimento critico, diventa tale da non essere più riconosciuto come un genere in mezzo ad altri generi. Schiacciato dalla nobiltà della "Tv verità", il Reality Show viene a rappresentare il peggio della televisione, o ancora, la tendenza peggiore della Tv. Tutte le teorizzazioni - anche interessantissime - sulle oscenità del vedere, sul

richiamo dell' uomo qualunque in televisione, sulle zone meno esplorate della Tv, tutta questa attenzione non più rivolta alla nobiltà dello spettacolo - a qualche cosa che bisognava costruire con professionisti e che richiedeva tempo, preparazione, prove - ma alla nuova Tv che faceva entrare, per la prima volta, l'uomo qualunque in televisione, rilevava una più sottile forma di controllo sociale. In questa sorta di panoptismo, la società non aveva più zone d'ombra: chiamava tutti a entrare in televisione, a mostrarsi, e veniva a rappresentare la forma più perversa di dominio. Questa finta democrazia virtuale, questa televisione che si apriva a tutti, a quelli che non erano mai entrati in televisione prima di allora, veniva descritta come patologica e pericolosa.



Il reality: la verità dell'enunciazione

Cosa succede oggi, dieci anni dopo? Dieci anni dopo ci troviamo ad assistere a una curiosa rivincita: il mito della "televisione verità" è crollato. Nessuno più ci crede, Guglielmi si occupa d'altro, i suoi programmi vanno avanti per forza d'inerzia, senza che si capisca più cosa rappresentino, se siano ancora servizio pubblico o altro. Perché questa rivincita?

Perché all'interno della televisione è successo qualcosa, almeno a livello teorico, di profondamente rivoluzionario: ci si è accorti che **la televisione moderna non cerca tanto la verità dell'enunciato - non cerca cioè di portare in televisione fatti cosiddetti "veri", come voleva la "televisione verità" - ma persegue invece la verità dell'enunciazione**; non contano le cose mostrate, quanto piuttosto come esse vengono mostrate. Conta sempre meno che la televisione "dica il vero", conta sempre di più che la televisione, nel suo insieme, sia percepita come vera. Questo è il grande snodo della televisione moderna. E cosa c'è al fondo di questo snodo che ha cambiato in questi dieci anni la televisione? Al fondo c'è, appunto, la rivincita del Reality Show.

Non ci interessano qui le vicissitudini e le canagliate con cui tutto questo è emerso. Ci interessa invece capire che il primo genere che ha interpretato e insieme rappresentato questa profonda rivoluzione è stato il Reality Show. Tutte le forme di negoziazione che la televisione ha inventato, tutte le modalità di contatto con lo spettatore, tutte le strategie attraverso cui la televisione dialoga con lo spettatore, lo chiama, lo coinvolge, servono - tutte quante - a sancire la verità della televisione, non più la verità del reale. **Per il Reality Show non conta tanto che la storia sia vera o sia falsa, conta piuttosto che la storia che sta raccontando sia una buona storia.** E siccome si realizza questa operazione di traghettamento, è curioso che siano state scelte alcune figure - ieri Castagna oggi Cucuzza - che provengono dal giornalismo.

Il giornalista è colui che garantisce della storia che sta raccontando: è una storia che il suo occhio di cronista ha raccolto fra la vita di tutti i giorni, e il suo compito

è proprio quello di trasferirla nel mondo più rilucente dello spettacolo. Questo è in parole molto povere il Reality Show.



Gente comune e personaggi

Da un punto di vista antropologico, c'è da considerare un altro fattore essenziale: il Reality Show cerca di traghettare storie di gente comune, di farle uscire dall'anonimato in cui generalmente vivacchiano, di portarle alla ribalta del video e farle esplodere. Ovviamente non lo fa - come qualche trasmissione prova a farci credere - per senso filantropico, né ricorrendo - come voleva suggerirci Guglielmi - a quelle strutture narrative consolatorie che garantivano la fortuna del romanzo ottocentesco.

Lo fa invece per qualcosa di molto più pratico. Come la cosiddetta "gente comune" si trasforma in personaggio? Spogliandosi della propria identità e accettandone una ridefinita dalle regole della Tv. Rispondere a queste domande ci riconduce a una delle caratteristiche della televisione moderna. Che non riconosce più il senso etico. La parola 'etica' è una parola dura. Cosa vuol dire esattamente? In questo contesto, significa che un tempo c'era una televisione che si poneva problemi di questo tipo - problemi etici - perché nel suo compito pedagogico, affine a tutte le televisioni di Stato delle origini, tentava di definire cosa era giusto e cosa non lo era, cosa era buono fare e cosa non lo era, quali programmi bisognava allestire per raggiungere determinati compiti, peraltro nobilissimi.

Se si studia la televisione delle origini in diversi paesi dell'Europa, ci si accorge che le finalità riguardavano, per esempio, la lingua nazionale. La televisione inglese ha un compito statutario, stampato in oro, che afferma che la lingua della BBC deve diventare la lingua dei tribunali, delle chiese, delle scuole. Ma nel momento in cui una televisione si pone questi compiti - come la televisione italiana degli anni '50 si era posta il compito di far uscire il Paese dall'analfabetismo - essa partecipa ad un progetto etico, sancito, in qualche maniera, da uno "stato etico". La televisione moderna non si pone più questi problemi, li ha accantonati, non si chiede più cosa sia giusto o meno per lo spettatore.

Quale altro genere meglio del Reality Show aiuta a capire questo passaggio? La persona incolta, la persona che è stata colpita da una disgrazia, la persona che vuole cambiare con un colpo di fortuna la sua vita non aveva diritto di andare in televisione.

È proprio questo genere il primo a capire, invece, che anche la gente comune ha diritto di andare in televisione.

Ha diritto di apparire perché nel frattempo si è instaurata la società dello spettacolo: nulla esiste nel mondo moderno se non viene sancito dai media. C'è però un salto ulteriore: i media non sono soltanto lo specchio di questo mondo, ma sono anche quelli che creano questo mondo. L'estetica appartiene definitivamente al mondo dello spettacolo (lo show business), il quale, a sua volta, appartiene ai media. Per questo **si ha la sensazione che il mondo intero appartenga ai media,**

... sconosciuto solo attraverso i media.



L'audience: target e people

Un'ultima considerazione riguarda l'audience, che è un concetto piuttosto generico, trasversale.

Il Reality Show conduce ad uno sdoppiamento del concetto generico di audience. Il primo termine dello sdoppiamento si chiama target, "il braccio armato dell'audience". Attraverso l'idea di target, il Reality Show punta a colpire un pubblico che la "Tv etica" aveva lasciato un po' in disparte, perché immaginava si potesse redimere.

Il Reality Show, al contrario, va invece ad occuparsi principalmente di quel pubblico che non aveva voglia di lasciarsi migliorare dalla televisione, il pubblico che viene definito di 'subcultura popolare'.

L'altra faccia dello sdoppiamento dell'audience è quello che viene definito people: questa audience "buco nero", tralasciata dalla "televisione etica", comincia invece ad esprimere dei desideri, comincia a poco a poco a uscire dall'anonimato, a salire sul palcoscenico.

Il Reality Show, avendo questa visione più dinamica e più cinica dell'audience, riesce a dargli una voce.

Parlo di questa doppia identità, perché la tivù di ieri cercava nello spettatore l'individuo, il cittadino, la persona; al popolo non ci credeva più nessuno, ma certamente, attraverso il nuovo stampo offerto dalla televisione, il "popolo" poteva diventare una Nazione.



Il territorio della parola debole

La televisione moderna non cerca nello spettatore l'individuo, cerca semmai il suo individualismo, quella forza, cioè, che lo può spingere a uscire dall'anonimato. Per questo, nelle forme più varie, spesso anche nelle forme più deprecabili, **il Reality Show si è assunto un compito molto curioso: dare voce alla parola 'debole', laddove la parola 'forte' viene parlata dal Talk Show.**

Il Talk Show oggi è diventato il luogo dove si discute di politica, dove si affrontano i grandi temi della società e dei suoi processi trasformativi; tutto ciò, insomma, che rappresenta, per una nazione, la parola 'forte'.

Al contrario, il Reality Show rappresenta il luogo della parola 'debole'.

Il Reality Show è dunque un'idea di realtà. Qualcuno ha creduto che quest'idea potesse essere la "Tv verità". Ma **la "Tv verità è un progetto, il Reality Show si accontenta di essere un format.**

Questa è la differenza sostanziale: un progetto ambisce a cambiare la realtà, mentre il format si accontenta di sfruttare al massimo la televisione.



Terapia dell'escluso

Per concludere, vorrei sottolineare ancora un fenomeno singolare: ad un certo momento storico, quella televisione così esecrata, oggetto di scherno generalizzato e di studi severissimi, è stata scambiata, come ho già accennato, per il "tutto" della Tv, come se quella fosse la tendenza generale della televisione e non invece un genere.

Ancora oggi questa sovrapposizione è molto forte: molti credono che un aspetto principale della televisione sia proprio quello del portare dentro di essa quelle persone che fino a ieri non godevano delle attenzioni dei media.

Tornando ora alla "Lo specchio della santità di Elckerlyc", viene facile ribaltare quel libretto paradevozionale.

Esso raccontava di come l'uomo, per trapassare all'altro mondo, dovesse spogliarsi di tutto. Se noi modifichiamo la destinazione - non più l'Aldilà, il Paradiso, o l'Eden, come il maestro medioevale pensava, ma, ben più modestamente, la televisione - vediamo che l'operazione è identica. Tutto questo "buco nero" che improvvisamente va in televisione, deve, per accedervi, spogliarsi di se stesso, abbandonare le proprie caratteristiche che fino ad allora lo avevano costretto all'ombra. Spesso deve cambiare fisionomia: sono esistiti dei programmi - pensiamo al *Brutto anatroccolo* - che hanno fatto proprio questo tipo di operazione, hanno cioè cambiato fisionomia al personaggio, lo hanno sottoposto all'estetista per poter entrare in quello che è creduto il nuovo Eden, un Eden molto terreno e a portata di mano: l'Eden televisivo.

C'è chi pensa che il Reality Show, da questo punto di vista, sia l'unico programma terapeutico e che la sua terapia consista nel prendersi cura dell'escluso.

Il Reality Show si occupa proprio di questo. Si dovrà analizzare in che modo lo fa, quali sono le sue strategie, quali le sue astuzie.

Qualcuno ha parlato di Eucarestia profana, di diritto consolatorio del dolore e dei buoni sentimenti.

In una prospettiva storica, relativa cioè alla storia della televisione italiana, e in una antropologica, che riguarda invece la vita di tutti i giorni, dobbiamo riconoscere al Reality Show due caratteristiche essenziali: la prima è una sua "vittoria" rispetto ad un progetto 'forte'.

Dopo dieci anni si celebra falsamente la vittoria di *Chi l'ha visto?*, ma in realtà il genere che ha vinto è il Reality Show.

La seconda caratteristica, interessantissima, è la presenza di un lavoro di spogliazione. Forse questa continuerà ad essere esecrabile, continuerà ad essere canagliasca, una televisione tutta costruita, falsa nel senso che non vi è nulla di vero in quello che si vede.

Ciò che però oggi dobbiamo scoprire non è se è vero quello che il programma ci mostra, ma se è "vero" il programma stesso.

DEL REALITY HA DETTO

CORRIERE DELLA SERA

fil di rete

di ALDO GRASSO



Se non allo spettatore, almeno al critico Per tutta la vita il programma condotto da Fabrizio Frizzi e Natasha Stefanenko (Raiuno, giovedì, ore 20.50) pone questioni molto serie.

“Per tutta la vita” è un varietà mediocre. Il primo a rendersene conto è lo stesso Frizzi che, nei giorni scorsi, ha inviato messaggi “forti” alla Rai per sollecitare appuntamenti più consistenti.

Format. Ma proprio questa mediocrità che attorciglia i concorrenti - il loro essere coppia, le loro dichiarazioni d'amore, il parentado - è lo scoglio su cui s'infrangono le riflessioni. Questa mediocrità è infatti una qualità desiderata: non possiamo credere che un format sperimentato all'estero (appartiene alla Grundy) e sorretto da sette autori italiani (Ivano Balduini, Claudio Fasuolo, Giancarlo Nicotra, Aldo Piro, Marco Zavattini, coadiuvati da Gian Maria Tavanti e Maurizio Ventriglia) dia risultati così modesti.

Siamo piuttosto di fronte a un caso di volontà d'impotenza.

Frizzi fa sempre lo stesso programma, i formati si assomigliano tutti (se non è matrimonio è luna di miele), gli autori, alcuni dei quali cresciuti con Baudo, scrivo-

no sempre le identiche battute, e la regia è più sciatta che mai: non è che questa coazione a ripetere sia l'essenza stessa della programmazione televisiva? Certo che lo è, tanto è vero che il programma, con 7 milioni 170 mila spettatori, è stato il più visto della serata.

Virus. Temi delicati come le nozze, le dichiarazioni d'amore, le promesse di eterna fedeltà diventano oggetto di esibizione pubblica.

La frantumazione del pudore e la rottura della sfera del privato sono da considerarsi una vittoria o invece una perdita? Alcuni giornali si sono accaniti contro Alberto Castagna considerando la sua trasmissione una specie di “virus” che infetta temi troppo delicati per essere sbat- tuti in video.

Ora visto che “Per tutta la vita” è la versione buonista di “Stranamore” (o, come si diceva una volta, l'altra faccia della medaglia) c'è da chiedersi se è peggio il “virus”, che si è violento e dannoso ma è anche individuabile, o l'endemicità, cioè la manifestazione morbosa di una malattia che è sempre cronicamente presente e non ha mai manifestazioni virulente.

È un gioco, si dirà, e i giochi non tollerano moralismi. Allora restiamo sul tecnico: perchè tutti quegli autori? Perchè così poche trovate? Perchè comprare formati così modesti? E non è un pò umiliante per la nuova Rai aprire un programma con la seguente didascalia: “Raiuno e Grundy Productions Italia S.p.A. presentano”? Non lo è se l'ascolto sale.

25 aprile 1998

Tele-sventure e lacrime:
Venier come Carrà

Era difficile ideare un programma più spietato di Una goccia nel mare, un programma che si regge su una morale tanto ferrea quanto telegenica: in Tv ci va che è più sfortunato di altri. Anzi, più uno è malpreso più ha la possibilità di venire baciato dalla fortuna. O forse non era per nulla difficile, immaginare il nuovo varietà di Mara Venier (Canale 5, venerdì, ore 21) perchè è la fotocopia di altri tristi precedenti.

“Una goccia nel mare”, che promette di dare una mano a risolvere piccoli e grandi problemi che angustiano il vasto gregge degli sfigati, somiglia in maniera impressionante a un vecchio programma americano, che si chiamava “Regina per una notte”, il peggiore della storia della Tv secondo molti critici. Proprio per questo durò quasi 20 anni. Anche in quel caso si rappresentavano storie di sventure; in cambio di tanta disperazione, si esaudiva un desiderio della malcapitata. E gli spettatori piangevano, morbosamente felici di trovare qualcuno che stava peggio di loro. Ma “Una goccia nel mare” somiglia anche a “Carramba che sorpresa!” e Mara non può altro che fare il verso a Raffaella, mentre due sorelle di Bucarest si incontrano per piangere davanti alle telecamere.

Silvia, sfrattata, trova un appartamento nuovo affittato da Mediaset, come succede nelle fiabe; Katia e Roberto possono fissare, grazie all'intervento miracoloso di Mara, la data delle nozze; Franco va a studiare a Firenze solo perchè è andato a raccontare la sua indigenza. E così via. Anche noi dovremmo piangere, morbosamente felici di trovare qualcuno che sta peggio di noi. Ma non ci riuscia-

mo. Ormai una callosità dell'anima promette lo sfruttamento industriale della sorte avversa.

10 giugno 1998

L'importanza di chiamarsi Perego

Perego, come è possibile chiamarsi Perego e avere successo in Tv? Perego è un cognome di carta, un cognome filologico, un cognome da Carlo Emilio Gadda. Perego come Biraghi, come Corbetta, come Repossi. Perego come la stirpe del capannone di Antonio Albanese; C'è una memorabile pagina dell'“Adalgisa” sui Perego che animano la giungla degli indirizzi milanesi e delle omonimie: “Il Perego di via Giulio Carcano si chiama Giulio. Il Perego di Piazzale Giulio Cesare non si chiama né Giulio né Cesare, ma Pompeo”. La nostra Perego fa la presentatrice, si chiama Paola, non poteva che nascere a Monza, in Brianza: “l'odiosamata topografia della più corrente villeggiatura milanese”. Quest'anno si è conquistata i galloni sul campo rivitalizzando lo stanco Forum (Retequattro, dal lunedì al venerdì, ore 11,40) e lo spossato “Forum di sera “ (lunedì, ore 20,35). “Forum” è un programma tarocato, nel senso che le storie giudiziarie che racconta sono vere solo in parte. Di solito i contenziosi vengono ampiamente riscritti, risceneggiati, enfatizzati; sovente interpretati da attori presi dalla strada (dal cortile, dal condominio, da tutti i luoghi di acuminata conflittualità domestica).

Paola Perego ha avuto il grande merito di traghettare “Forum” da un territorio

di finto realismo a uno di reale finzione. La prima a non prendere sul serio i litiganti è proprio lei; lo fa con grazia, con l'impertinenza del suo fisico.

Ha persino trasformato il giudice Santi Licheri, che ormai scherza sulle sue fittizie sentenze.

Rivolto a un vecchietto birichino lo ammonisce: "Lei è come Padre Zapata, famoso perchè predicava bene, ma razzolava male".

Nella puntata di chiusura c'erano Emanuela Folliero e Cesare Cadeo. Eppure Paola Perego è stata brava lo stesso.

23 ottobre 1998

*"Il brutto anatroccolo,
felice di essere
uno show per sciampiste"*

Finalmente un programma per coattoni, sciampiste e vittime sciagurate della moda.

Non che non ne esistano, ma questo è felice di esserlo, deliberato e cosciente. Come dice il suo conduttore Marco Balestri: "Il nostro è l'unico programma dove conta l'aspetto esteriore e dei contenuti ce ne fregiamo un pochettino. Noi ci interessa la confezione, il pacco, e poi quel che c'è dentro va bene ma... Noi guardiamo l'immagine, il look". È **Il brutto anatroccolo** (Italia 1, mercoledì ore 20,45), sfilata di persone "che han voglia di sentirsi diverse"; e per questo, accanto a Balestri, è stata chiamata Amanda Lear. Si gioca alla trasformazione: un esercito di visagisti, parrucchiere, coiffeur, guardarobiere, estetiste, lookiste sottopone un esercito di Martine, Amelie, Rosselle, Laure, Flavie, Francesche al rito della mutazione avvenente. Così delle simpa-

tiche cofane, abbruttite ad arte appaiono belle e affascinanti come il cigno della favola. Il motto è "Non è bello ciò è bello, ma è bello chi si piace". Come dire: a mali estremi, piccoli rimedi. Come i seni finti. Ma va bene così. La trasformazione si spinge così avanti che Pio Pio, ex elettricista di Brindisi diventa Francesca, un bel travestitone. La trasformazione costringe persino Mirella, motociclista che non si sente donna ma maschiaccio, si vive come un "mostro" e non si è mai vestita da donna, a sfilare davanti al suo paese acconciata finalmente da donna (ma era meglio prima). Ripeto: il pregio della trasmissione è nella sincerità. Mette in scena lo stesso pubblico di "Amici" ma non finge di discutere, porsi problemi saccenti, darsi arie. Tanto, lo specchio non dice mai la verità: riflette le cose senza mai riflettere su di esse.

25 gennaio 1999

Che tristezza quando
il varietà sa di troppo

Per fortuna c'era Maurizio Mosca e con lui tale Ludovica Rossi: hanno raccontato del loro primo incontro, di una visita all'acquario di Genova, di Maurizio che faceva le formazioni di calcio con i pesci, del colpo di fulmine.

Da morire dal ridere, e complimenti all'inventore.

Nella sua immaginazione, è stato il momento più sincero dell'intera trasmissione.

Ma che brutta Per tutta la vita! Non la ricordavo così scadente. Spenti i conduttori, Fabrizio Frizzi e Romina Power; spenti gli ospiti, quasi provenissero da altri

programmi e ripetessero per l'ennesima volta la loro insignificante vicenda; spenti persino gli ospiti d'onore (Gigi Sabani e fidanzata, Antonella Elia e fidanzato massaggiatore, conosciuto al "Maurizio Costanzo Show").

Sembrava che Mosca fosse l'unico che si impegnasse fra quegli scampoli di "Carramba", fra quel format usurato e inutilmente rinsanguato da Ivano Balduini, Claudio Fasulo, Aldo Piro, Marco Zavattini, fra quelle promesse di eterna fedeltà recitate sotto i riflettori. Ogni situazione veniva raccontata con una lentezza esasperante, quasi per dare il tempo ai protagonisti di pentirsi, di lasciar perdere, di mandare tutto all'aria.

E invece le storie procedevano stanche ma implacabili e stolide, riducendo il fidanzamento, il raduno dei parenti, il matrimonio a una specie di vecchia e giulebbosa soap-opera. Adesso va di moda l'Albania, nel senso che si pesca molto in quel paese come un tempo Raffaella Carrà si serviva del Sudamerica e come se l'Albania fosse il Sud del nostro Sud.

Il programma ha un suo pubblico (non importa quale) e questo basta: passata l'ebbrezza dell'Auditel resta la nudità di una bottiglia scolata e i guasti di un vino scadente.

Di deprimente tristezza. Una spaccatura d'abisso.

03 aprile 1999

La solita Milly nella cultura del tinello

L'immaginario Aiazzone ha fatto scuola e la cultura del mobilificio -

la più presente nelle Tv locali - è approdata su Raiuno.

Peccato che i Tg raccontino il destino feroce dei senza casa, dei profughi, degli sfollati; chissà, forse anche loro sognano una Casa dei sogni (giovedì, ore 21). Come entra in scena, Milly "pizzottella" Carlucci viene sommersa dagli applausi di incoraggiamento. Dice di sentirsi emozionata: "succede nelle migliori famiglie". Sua sorella, ad esempio, Gabriella, è costretta a fare la testimonial di oggetti per la casa nella lontana periferia tv. Sì, succede anche nelle migliori famiglie di intrattenitrici. Sarà perchè ha esordito il primo aprile, ma questa trasmissione non riesco a prenderla sul serio.

Ho come la sensazione di averla già vista da qualche parte, anche se alcune sue aberrazioni sembrano inedite. Dev'essere infatti molto interessante, con tutto quello che sta succedendo in Jugoslavia, tenere rinchiuso due famiglie in una grande villa con giardino, isolate dal mondo e all'oscuro degli avvenimenti della settimana. Così, i momenti più ridicoli vengono ripresi e mandati in onda. Il succo del programma è questo: due belle famiglionie italiane si sfidano sull'arredamento della casa e devono superare prove di vario tipo, quasi fossero protagonisti di un gigantesco videogame o di un varietà, come recita uno slogan, "dove gioco, spettacolo e realtà si fondono". Lascio volentieri agli autori Paolo Taggi, Riccardo Donna, Antonello Piroso e Pasquale Romano la responsabilità di questa fusione (per me mancano due elementi, realtà e spettacolo, ma tutte le opinioni sono appunto opinabili). Accompagna la Carlucci Sandro Vannucci, il miracolo di "Linea verde". Per

l'occasione è in abiti civili.

10 maggio 1999

Segreti e bugie,
Cucuzza sprofonda
nel ridicolo

In un soprassalto di indignazione, di fronte a programmi come *Segreti e... bugie* (Raiuno, venerdì, ore 20,45) bisognerebbe con decisione rifiutarsi di pagare il canone: la Rai non può gabelarci con la storia del servizio pubblico e poi allestire simili baggianate. Ma indignarsi serve poco, meglio restare freddi e cercare di smontare tecnicamente il programma con una serie di domande. A parte le serate Morandi, come fa Raiuno a vantare una qualsiasi dignità editoriale? Siamo convinti che Raffaella Carrà e Sergio Japino, dopo "Furore", "Navigator" e "Segreti e... bugie", debbano essere considerati grandi autori televisivi? Se Michele Cucuzza, l'ex intrepido cronista di "Radio popolare", aspira a diventare il nuovo Alberto Castagna, che male abbiamo fatto noi? Katia Ricciarelli non ha altri sfogatoi per le sue velleitarie e impacciate ambizioni di conduttrice? "Segreti e... bugie" appartiene a quel genere piuttosto diffuso che si chiama "**reality show**", un meccanismo che permette alla "gente comune" di salire, una volta nella vita, alla ribalta; non importa per quale motivo. Anzi, più il motivo è imbarazzante, meglio è per lo spettacolo. Il "reality show" è molto "scritto", molto "inventato" e ha in sé un rischio mortale: se le storie sono modeste e mal recitate i "professionisti" vengono trascinati implacabilmente sullo stesso piano dei dil-

ettanti. È quel che succede a "Segreti e... bugie": racconti di rara modestia e di improbabile interpretazione (per dabbennaggine, alla seconda battuta di uno scherzo, quello sul finto Brunello di Montalcino, si capiva già tutto) sprofondano la trasmissione nel ridicolo. Ma il più ridicolo di tutti è lui, il nostro Cucuzza. Qualcuno può avvertirlo che lo stanno prendendo... in giro?

29 maggio 1999

*I fatti di Cucuzza
diventano affetti*

La puntata pilota di "In fondo al cuore" (Raidue, mercoledì, ore 20.50), il nuovo reality show condotto dal teledivo Michele Cucuzza è straordinariamente indicativo del nuovo corso della Tv.

Il genere, innanzi-tutto; con il reality show (da "Stranamore" a "La casa dei sogni") si cerca di traghettare storie di gente comune dall'anonimato, dove vivacchiano, alla ribalta del video, dove esplodono. Non è senso umanitaristico o filantropico quello che spinge questa ricerca di casi, vicende edificanti, sorprese, favole e non è nemmeno un ricorso a quelle strutture narrative e consolatorie che caratterizzavano il grande romanzo popolare ottocentesco.

No, c'è qualcosa di nuovo. Il reality show ribadisce il passaggio in Tv dall'etico all'estetico: non ci si deve più scandalizzare se un sacramento come il Battesimo o il Matrimonio si trasforma in una farsaccia, se i bambini finiscono in canaglieschi primi piani, se Valeria Marini viene offerta in pasto a un nonnetto; l'unica cosa che conta è che sia una

”

“good story”, una buona storia, costruita bene e raccontata meglio.

Questo “sporco lavoro” (in senso linguistico) viene affidato di preferenza a un giornalista (ieri Castagna, oggi Cucuzza) perchè, come cronista, è garante dell’elemento reale che si trasfigura in video.

Qualcuno confonde la parte con il tutto, questo genere con la Tv e gode nel raccontare il “mostruoso” di queste trasmissioni: il momento in cui la gente comune, per essere riconosciuta come “autentica”, si sdoppia in un ectoplasma televisivo, completamente assoggettata alle dure regole imposte dai professionisti della Tv.

Il reality show, trasformando i fatti in affetti, svolge una funzione di terapia dell’escluso. Commuove il tapino e diverte lo snob.

”