

Nella smemorata Italia di oggi i libri che interpretano il passato

alla luce del presente dovrebbero suscitare curiosità soprattutto se ben documentati come nel caso della ricerca di Irene Piazzoni, "Storia delle televisioni in Italia. Dagli esordi alle web tv" (Carocci, 319 pagg. 19,00 euro). Per un adolescente la curiosità potrebbe nascere dalla scoperta di un mondo di immagini in bianco e nero confinato nella regola genitoriale "dopo Carosello a letto" e nella chiusura delle trasmissioni alle 23,30. Per una persona di mezza età, che come il sottoscritto ha vissuto l'epoca della paleotelevisione, oltre all'effetto amarcord la curiosità si può sostanziare nel ripercorre in poche ore di lettura uno dei territori più rigogliosi dell'immaginario collettivo degli italiani dalla seconda metà del secolo scorso ad oggi. Proprio per l'argomento che indaga "Storia delle televisioni in Italia" è un libro che, almeno in prima battuta, più che verso altri libri (magari di approfondimento) spinge a rintracciare su Internet prodotti televisivi caduti nell'oblio o di cui non si ha affatto memoria per un semplice fatto anagrafico. Lo confessiamo, è una tentazione a cui abbiamo ceduto mentre leggevamo il testo e che consigliamo vivamente di sperimentare a chi acquisterà il libro. Certo, in questa maniera la lettura subisce delle interruzioni e ci vuole un po' più di

Una vicenda tan

di
**PATRIZIO
PAOLINELI**



tempo di quanto sarebbe normalmente necessario per arrivare all'ultimo capitolo, ma crediamo che ne valga la pena. Rivedere lo spezzone di una puntata di "Rischiato tutto", della "Domenica sportiva", di "Tribuna politica", di un documentario di Liliana Cavani, di un romanzo sceneggiato o di un'inchiesta giornalistica di "Tv Sette" degli

esordi è un'esperienza visiva che aiuta a comprendere chi siamo e da dove veniamo in quanto fruitori di immagini. La ricostruzione svolta da Irene Piazzoni può essere annoverata come un tassello del più ampio mosaico chiamato cultura di massa che in poco più di sessant'anni ha contribuito a trasformare l'Italia da paese rurale a

to breve quanto intensa



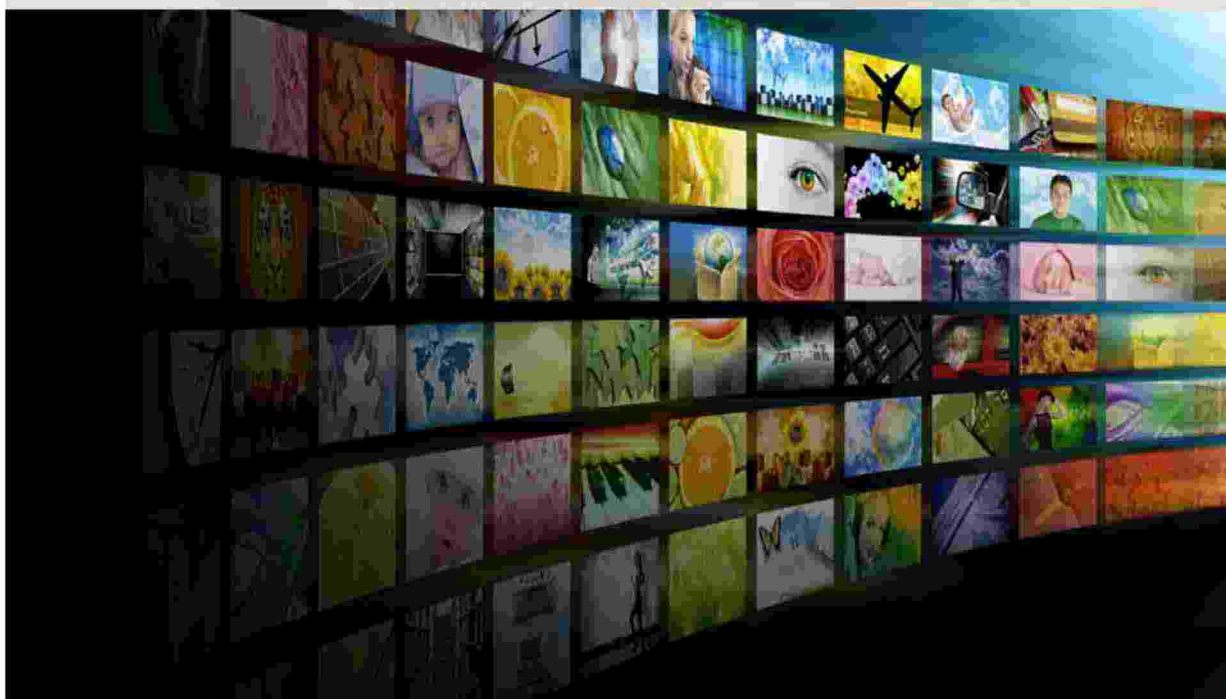
paese industriale fino ad arrivare all'attuale fase post-industriale. Ma se la Tv è un potente supporto per il passaggio a differenti modi di produzione e consumo, a sua volta la Tv stessa si è radicalmente trasformata. A questo proposito confrontare la televisione degli anni '60 con quelle di oggi fa sorridere se solo si torna con la memoria - e il sostegno di YouTube - a serie ormai leggendarie quali "Rin-Tin-Tin" o "Il tenente

Sheridan", mentre lascia stupefatti l'evoluzione tecnologica che ha contraddistinto l'ormai ex piccolo schermo nel giro di pochi decenni, per non parlare del proliferare di reti specializzate.

"Storia delle televisioni in Italia" apre le porte alla riflessione sui mutamenti e sulle persistenze nella tanto breve quanto intensa vicenda della Tv.

I mutamenti sono davvero molti e merito della Piazzoni è

quello di metterli in fila cronologicamente tappa dopo tappa. Soffermandoci solo sul piano delle trasformazioni degli stili comunicativi si passa da quello parrocchiale e deamicisiano degli anni '50 a quello colto e borghese degli anni '60; da quello osé e outré in onda durante il far-west delle emittenti private nel corso degli anni '70 e '80 alla Tv integralmente fagocitata dalla logica commerciale dagli anni '90 a oggi.



L'intrattenimento totale è l'approdo stilistico a cui è giunta la Tv generalista (e non solo) del terzo millennio. Non che l'intrattenimento non fosse nelle corde della televisione fin dalla sua nascita (si pensi solo al ruolo dello sport). Ma che sia diventato la forma di ogni contenuto fino addirittura a soppiantarlo come accade oggi ce ne corre davvero. Perché si è andati in questa direzione? La risposta ci giunge da una voce non certo sospettabile di massimalismo qual è quella di Ettore Bernabei, storico direttore generale della Rai dal 1960 al 1974: "Sono il varietà e la fiction che negano, confermano o comunque propagandano i valori che contano. Proprio perché negano, confermano e propagandano apparentemente dedicandosi ad altro". E' sul mostrare e parlare d'altro nei telequiz, nella tele-

cucina, nelle soap-opera nei reality-show e nei talent musicali che si sono affermati "i valori che contano": individualismo, narcisismo e culto del denaro. A scanso di equivoci precisiamo che non era certo questo l'obiettivo di un cattolico come Bernabei. Il quale nella condizione storica dei suoi tempi ha dato vita a una lunga e eccellente stagione della televisione italiana, se non per pluralismo politico quanto meno per qualità della programmazione e adesione alla filosofia del servizio pubblico. Poi sono arrivati gli insaziabili appetiti della pubblicità, le Tv commerciali e le pay tv che hanno fatto della televisione la cinghia di trasmissione del sistema produttivo trasformando il pubblico in un popolo di consumatori di merci e immagini. E tralasciamo di soffermarci sul pensiero unico che domina

sull'informazione televisiva in barba a ogni deontologia professionale.

Il sogno di Cesare Zavattini di una Tv intesa come strumento di democrazia è ancora lontano dal diventare realtà nonostante il narrowcasting (offerta per segmenti di pubblico ben determinati) e le autoproduzioni su Internet. D'altra parte, la triste parabola di Current Tv (fondata da Al Gore e Joel Hyatt) ha dimostrato quanto sia difficile se non impossibile la vita per un network indipendente. Per ciò che riguarda casa nostra il mercato italiano dei media si caratterizza per scarsa concorrenza e struttura oligopolistica (Rai, Mediaset, Sky), il che approfondisce la già abissale asimmetria di potere tra chi produce contenuti televisivi e chi ne fruisce. Nei fatti la Tv, generalista e non, costituisce tutt'oggi uno dei principali strumenti di potere per la sua straordinaria capacità di orientare percezioni, emozioni e cognizioni del grande pubblico. Per onestà intellettuale va detto che non sono queste le conclusioni cui giunge Irene Piazzoni.

Volendo utilizzare la celebre partizione di Umberto Eco tra apocalittici e integrati Piazzoni sta dalla parte degli integrati. Basti pensare che nelle prime righe dell'Introduzione accenna a un pubblico televisivo nient'affatto passivo ma composto da "individui e gruppi attivi, partecipanti e in movimento".

Soggetti di cui si perdono le tracce per tutto il resto del libro. Dietro un'apparente neutralità descrittiva la studiosa cela un approccio sostanzialmente acritico sugli effetti sociali dei media, ossia sulla forza della Tv di determinare comportamenti collettivi a sfavore della collettività.

