

A FIL DI RETE di Aldo Grasso



Il divismo televisivo post reality è un catalogo privo di carisma

Esiste il divismo televisivo? La domanda se la pone il sociologo Vanni Codeluppi nel suo ultimo libro *Cinema, televisione, web* (Carocci editore).

Certo esiste, ma è un divismo tutto speciale: «Non è un caso che la televisione, medium della realtà per eccellenza, anziché creare dei propri particolari divi, come faceva il cinema, vada a cercare i suoi divi nella vita reale per poi tentare di renderli conosciuti e familiari. Perché uno dei principali effetti che la televisione è in grado di ottenere è proprio quello di creare tra i personaggi presentati e gli spettatori un rapporto basato sulla confidenza e sulla fiducia». Sì, quello televisivo è proprio un divismo un po' speciale, creato in buona parte dall'abitudine, dalla ripetizione, dall'insistenza: è diva Maria De Filippi, ma è divo anche Gigi Marzullo. Prima del reality e dell'aspirazione a «essere tutti divi» (come Codeluppi aveva sostenuto in un suo precedente libro)

la qualifica di «divo» aveva un carattere esclusivo, si riferiva alle star hollywoodiane e più in generale al mondo del cinema: da Humphrey Bogart a Marilyn Monroe, da Gary Cooper a Rita Hayworth... Oggi non più, il divismo televisivo è spesso un catalogo sfibrato, privo di carisma.

È un divismo prêt-à-porter o «fai da te», come l'ha definito Massimiliano Panarari in un saggio che compare nel libro *Storie e culture della televisione italiana* (Mondadori): «Il divismo (televisivo) si proletarizza o, meglio ancora, si sottoproletarizza, e si capisce, tutto sommato, anche il perché. In un Paese dalla scarsissima mobilità, e dove l'ascensore si è fermato (o, se si preferisce, è stato arrestato) da parecchio, il comparire in tv si rivela, in seno a un diffuso e ormai radicatissimo immaginario collettivo, un cospicuo lasciapassare per la "felicità", ovvero per quel riconoscimento e quella notorietà da cui possono arrivare delle "opportunità"».

Divismo della porta accanto.

Vincitori e vinti



INDIETRO TUTTA 30 E L'ODE

Nino Frassica

Ancora un successo per Arbore: su Rai2 3.067.000 spettatori, 15,4% di share



CHI L'HA VISTO...?

Federica Sciarelli

Rai3 contro Rai2: gli spettatori per gli scomparsi sono 2.282.000, 10,9% di share

