

Il “potere” della televisione

Mentre la tecnologia ne potenzia le caratteristiche e tende a trasformare il più diffuso dei mezzi di comunicazione di massa in un oggetto di arredamento, i programmi televisivi abbassano i toni e sfociano sovente nel disimpegno. Esiste ancora la TV spettacolo, oppure la TV di oggi è ridotta a un enorme contenitore di idee-spazzatura? Quali gli effetti sulle persone e, in particolare, sulle nuove generazioni?

Documenti

- Il re del GF10 è il salumiere Mauro Marin. Il ventinovenne trevigiano ha battuto senza difficoltà gli altri tre finalisti Giorgio, Cristina e Alberto. La popolarità di Mauro fuori dalla Casa è cresciuta man mano che dentro aumentava l'ostilità nei suoi confronti. Più si isolava in casa, più fuori cresceva l'"esercito" di fan, pronti a far battaglia per lui. Notevoli gli ascolti: 7 milioni 460 mila telespettatori (pari al 34,47 % di share). Il picco di audience per l'ingresso di Paolo Bonolis nella casa, con 9 milioni 11 mila telespettatori (34,79 % di share).

Fonte: «la Repubblica», 8 marzo 2010

- Dopo l'abbandono di Aldo Busi, L'isola dei famosi sta per essere inghiottita dal mare, colpita da un'antica maledizione: i suoi abitanti non riescono più a comunicare. Non hanno lingua, non hanno pensiero, non hanno scrittura. Comunicano con lo studio centrale (dove una bella signora continua a ripetere «ecco», «diciamo», «insomma») con urla, borborigmi, frasi sconnesse. Non riescono nemmeno a ripetere may-day, may-day. Intanto (Sandra Milo permettendo), sull'isola non c'è più ombra di un famoso, sono tutti illustri sconosciuti che credono di vivere l'esperienza della vita, non sapendo però... Non sanno che, dal punto di vista linguistico, il buco nero della tv italiana si chiama Uomini e donne di Maria De Filippi. È il punto più basso mai raggiunto, un gorgo, una «discesa nel Maelström» che evidentemente procura un perverso piacere se, quest'anno, sia il Grande Fratello che L'isola dei famosi sono caduti in questo mortale risucchio.

Fonte: Aldo Grasso, «Corriere della sera», 9 aprile 2010

- Se i sottoproletari si sono imborghesiti, i borghesi si sono sottoproletarizzati. La cultura che essi producono, essendo di carattere tecnologico e strettamente pragmatico, impedisce al vecchio «uomo» che è ancora in loro di svilupparsi. Da ciò deriva in essi una specie di rattrappimento delle facoltà intellettuali e morali. La responsabilità della televisione, in tutto questo, è enorme. Non certo in quanto «mezzo tecnico», ma in quanto strumento del potere e potere essa stessa. Essa non è soltanto un luogo attraverso cui passano i messaggi, ma è un centro elaboratore di messaggi. È il luogo dove si fa concreta una mentalità che altrimenti non si saprebbe dove collocare. È attraverso lo spirito della televisione che si manifesta in concreto lo spirito del nuovo potere.

Non c'è dubbio (lo si vede dai risultati) che la televisione sia autoritaria e repressiva come mai nessun mezzo di informazione al mondo. Il giornale fascista e le scritte sui cascinali di slogans mussoliniani fanno ridere: come (con dolore) l'aratro rispetto a un trattore. Il fascismo, voglio ripeterlo, non è stato sostanzialmente in grado nemmeno di scalfire l'anima del popolo italiano: il nuovo fascismo, attraverso i nuovi mezzi di comunicazione e di informazione (specie, appunto, la televisione), non solo l'ha scalfita, ma l'ha lacerata, violata, bruttata per sempre.

Fonte: Pier Paolo Pasolini, *Scritti corsari*, 9 dicembre 1973

Riuscire a individuare i confini tra la TV spettacolo e la TV spazzatura risulta sempre più arduo. Sarebbe, forse, opportuno sostenere che oggi esse camminano a braccetto, pronte a farsi lo sgambetto l'un l'altra, a vantaggio del generale asservimento al profitto economico. La TV italiana è ormai inondata di programmi che si muovono tra il demenziale e lo strappalacrime. Dal cestino quasi stracolmo molti salvano, identificandovi la TV spettacolo, gli *one man show*, programmi interamente sostenuti dalla bravura di star della musica, del cinema o del teatro, capaci di monopolizzare l'audience televisiva con stile e naturalezza. Certo, non si può fare a meno di riconoscere che alcune trasmissioni propongono ancora interessanti dibattiti su temi d'attualità e si preoccupano di proporre al pubblico «opinionisti» qualificati o programmi «di nicchia» che si dedicano all'ironia e alla dissacrazione della banalità. Ma si tratta, oramai, di casi rari nei palinsesti della televisione «generalista». Molto più facile accendere la TV ed imbattersi nei cosiddetti programmi spazzatura, dove si dibatte di questioni insulse con toni incivili e indecorosi, e nei quali primeggiano individui noti solo per via del loro presenzialismo.

Nonostante la scarsa qualità dei prodotti offerti, però, gli ascolti in Italia non calano ed è ampiamente provato che la gente non accende la TV solo per seguire un telegiornale o vedere un buon film, peraltro molto raro; la TV resta accesa la mattina, durante i pasti, nel pomeriggio, la sera fino a poco prima di addormentarsi. Ci si domanda, allora, se essa serva a svagare le menti o a tenerle impegnate.

Molti sostengono che in una società sempre affannata come la nostra - in cui il cittadino medio trascorre, peraltro, gran parte della propria vita imbottigliato nel traffico - è giusto che la televisione proponga programmi non per stimolare la riflessione, ma semplicemente per distrarsi. Opinione, questa, che spiega tra l'altro l'interesse mostrato dal pubblico per i reality: un tipo di format televisivo che, negli ultimi anni, ha coinvolto sempre di più il pubblico a casa attraverso il televoto e altri meccanismi interattivi. Straordinario è il successo di programmi come il Grande Fratello, giunto alla decima edizione, o L'isola dei famosi. La "finale" del reality di canale 5 è stata seguita da 7 milioni 460 mila telespettatori (pari al 34,47 % di share), con un picco, dopo l'in-

gresso nella casa del popolare e amato conduttore televisivo Paolo Bonolis, di più di 9 milioni.

Accertato il generale compiacimento verso la TV spazzatura, che nasce dal presupposto che molti non la considerino tale, e che, dunque, questa caduta verso il basso deriva sì dall'offerta, per ovvie ragioni di audience e di profitto economico, ma anche dalla domanda di evasione del pubblico italiano, sorge una questione etica. La televisione, non dimentichiamolo, continua a conservare, fin dalle sue origini, un fortissimo valore demagogico. Già negli anni Settanta Pier Paolo Pasolini, con la lucidità e la lungimiranza che lo hanno sempre contraddistinto, sottolineava le potenzialità della televisione di creare una mentalità, di incidere sulle coscienze, non esitando a definirla come un nuovo e vero potere dittatoriale, autoritario e repressivo, più efficace di qualsiasi potere dittatoriale politico.

È evidente, allora, la pericolosità dei modelli proposti. La pericolosità di una "realtà" in cui discutere in maniera caotica e prevaricatrice diventa l'unica forma possibile di confronto, in cui l'aspetto fisico è la sola cosa che importa, in cui la sfacciataggine diventa furbizia e la stupidità divertimento, in cui "spiare" la vita degli altri è il miglior passatempo possibile. Una "realtà" in cui le persone «non hanno lingua, non hanno pensiero, non hanno scrittura», come ha ben affermato Aldo Grasso, autorevole critico televisivo, nel suo articolo dedicato all'Isola dei famosi.

Se è vero che da sempre la TV ha un fortissimo potere educativo/diseducativo, bisognerà soffermarsi su come essa ha intenzione di educare le nuove generazioni, con i prodotti che ha attualmente a disposizione. Quando trasmette messaggi negativi o rende ingannevole la realtà, facendola passare per l'unica esistente, la TV riesce ad influenzare grosse porzioni di pubblico, poco difese dalla barriera della criticità, soprattutto se lo spettatore è giovane.

Nonostante i dati testimonino che i giovani del terzo millennio preferiscano il web alla TV, quest'ultima continua comunque ad essere la compagnia prediletta per milioni di loro. E la risposta ai suoi stimoli è evidente. Basta chiedere a un ragazzino cosa intenda «fare da grande» per sentirsi rispondere, nella maggior parte dei casi, che sogna di diventare calciatore, o velina se è una ragazza, o che spera di ritrovarsi un giorno a farsi corteggiare da donne bellissime, comodamente seduto su una sedia/trono in uno studio di registrazione. Questo accade perché i giovani sono, ovviamente, più esposti degli adulti, nei quali l'istruzione, l'esperienza e il buon senso possono fare da discriminanti nel processo di ricezione dei messaggi del mezzo televisivo. La verità è che oggi, purtroppo, la falsificazione della realtà operata dalla televisione fa audience.

L'unico modo per lo spettatore di difendersi è cercare di non comportarsi come una spugna, assorbendo tutto ciò che gli viene proposto, ma piuttosto come un impermeabile, che riesce a rimanere asciutto nonostante la pioggia.

Per i più giovani saranno, naturalmente, la mediazione - e quindi la presenza - dei genitori e la validità dei modelli comportamentali da loro proposti a fare la differenza. L'auspicio è che la TV riscopra il suo profondo valore e che le persone che la fanno si ricordino che si tratta di un mezzo nato per comunicare alle persone, non per ingannarle o stordirle. Che sia poi, in un futuro neanche tanto lontano, l'ulteriore diffusione della pay TV a risolvere questa delicata questione è altrettanto auspicabile. Forse, allora, tutti dimenticheremo la vecchia TV generalista e a una partita di calcio della nostra squadra del cuore sapremo abbinare un buon documentario e un classico del cinema; in ogni caso, disporremo di una tale quantità di canali da poter finalmente avere la possibilità di scegliere o di rifiutare la TV spazzatura.

