Aldo Grasso. Esce per il Saggiatore la monumentale e meritoria «Storia critica», lucida analisi del piccolo schermo, da «Carosello» a Netflix, passando per «Domenica In»

Settant'anni di televisione

Francesco Prisco

C'era una volta il rito collettivo da consumare al bar o a casa del vicino, un fenomeno che svuotava cinema e teatri, sperimentava sempre, spesso intratteneva e qualche volta addirittura istruiva. Sessantacinque anni più tardi, il rito collettivo si è marginalizzato a due o tre occasioni l'anno: ciascuno si porta in tasca una specie di rito personale, che lo pratichi con curiosità distratta o compulsione.

La televisione è cambiata con noi e, in definitiva, ci ha pure un po' cambiati: ieri eravamo il pubblico generalista di *Lascia o raddoppia?*, oggi ci districhiamo tra i canali specialistici, le nicchie di mercato a portata di portafoglio, oppure svolazziamo allegramente tra le piattaforme *over the top*, coltiviamo passioni seriali che, nei casi più estremi, esplodono nel *binge watching*. La visione generalista sopravvive, forse non morirà mai, ma torniamo il pubblico di Pippo Baudo che fummo soltanto di fronte a una partita dell'Italia ai Mondiali di calcio o al Festival di Sanremo. E allora: ha senso una storia della televisione, nell'era della frammentazione dell'*audience* e della *second screen experience*? La nuova edizione di *Storia critica della televisione italiana*, monumentale opera di Aldo Grasso, in libreria per Il Saggiatore, è come se partisse da questo interrogativo. La risposta dell'autore, il primo qui da noi a prendere seriamente il medium televisivo, è senza dubbio affermativa: «Una storia della televisione ha maggior senso proprio oggi che i canali si sono fatti più numerosi, e si sono specializzati su generi, argomenti e target, alla ricerca delle nicchie di pubblico più remunerative. I testi si moltiplicano, si frammentano, si complicano, ma un canone e una profondità storica possono diventare allora via via più importanti». È esattamente su questo solco che la nuova *Storia critica* di Grasso si colloca, restando fedele allo spirito che accompagnò i volumi aggiornati fino all'anno dell'uscita, la prima nel 1992, aggiornandoli fino all'età di Netflix: questa è una storia della televisione attraverso i suoi programmi. L'unica possibile, così come nessuno si sognerebbe di scrivere una storia dell'arte prescindendo dai quadri o una storia della letteratura senza considerare i romanzi.

Una storia che, per il momento, contempla tre grandi epoche, secondo la teorizzazione del massmediologo britannico John Ellis: l'età della scarsità (*scarcity*), l'età della disponibilità (*avaibility*), l'età dell'abbondanza (*plenty*). La prima è l'era dell'avvento della Tv nel contesto domestico, con il mezzo che, almeno in Europa, è in mano allo Stato che lo utilizza secondo tre linee direttrici: informare, educare, intrattenere. La seconda è contrassegnata dalla *deregulation*: accanto al servizio pubblico, tra la fine degli anni Settanta e gli Ottanta, fioriscono le televisioni private, commerciali per meglio dire: l'offerta si moltiplica secondo un nuovo modello di *business*, perché lo spettatore è anche consumatore. Poi c'è l'età dell'abbondanza, quella attuale, con il flusso televisivo che comincia a viaggiare anche su supporti diversi dal televisore, gli accessi ai contenuti che si moltiplicano e la televisione – nel senso del linguaggio televisivo – che i nuovi supporti li ha di fatto colonizzati. Grasso asseconda questa impostazione nello strutturare i tre tomi della *Storia critica*, scelta efficace anche nel senso della ricostruzione delle vicende politiche e produttive che hanno fatto la storia italiana del piccolo schermo. È *età della scarsità* lo sperimentalismo del cosiddetto Circolo del Whist come lo sono le mosse di Amintore Fanfani, primo nel Palazzo a comprendere quanto la televisione possa essere strategica per il Palazzo, le scelte di Ettore Bernabei, a capo della Rai negli anni del boom economico. Poi verrà l'ascesa della Fininvest di Silvio Berlusconi e l'*età della disponibilità* giungerà, qui da noi, al suo compimento, mentre digitale terrestre, debutto di Sky e delle piattaforme di *streaming* terranno banco nell'età dell'abbondanza.

Anche con questa nuova impostazione, in primo piano restano i programmi divisi per anno, secondo l'approccio tradizionale di Grasso. Ed eccovi *Un, due, tre*, varietà musicale che va in onda dal 1953 al 1959 grazie al quale gli italiani si accorgono che «Tv è anche l'acronimo della coppia Tognazzi e Vianello», *Carosello* (1957-1977) che «non è solo pubblicità: è uno spettacolo, un "raccontino d'autore" a cui nessuno disdegna di partecipare» e *Domenica in* (dal 1976), «trasmissione-fiume» che tiene insieme talk, varietà, telequiz e pallone.

Verrà il tempo di *Drive in* (1983-1988), «programma simbolo della televisione commerciale degli anni Ottanta», *Colpo grosso* (1987-1992), «telenovela a luci rosse made in Italy», *Mai dire gol* (1991-2001), «varietà insieme cialtrone e smitizzante». Si arriva agli anni di *The Young Pope* (2016), coproduzione Sky, Hbo e Canal+ affidata al regista premio Oscar Paolo Sorrentino, «primo prodotto italiano a diventare un evento anche negli Stati Uniti», *Suburra* (2017), prima serie italiana che «Netflix rende disponibile in tutto il mondo» ma soprattutto al «Social Wedding» tra l'influencer Chiara Ferragni e il rapper Fedez, «primo grande evento mediatico celebrato senza la Tv generalista, eppure visto da una platea mondiale». Tutto grazie a Instagram, probabilmente il più attuale tra i social media. Che della Tv, in fin dei conti, è figlio.

Oggi (alle 17,30) l'autore presenta il volume al cinema Eden di Cortina nell'ambito della rassegna «Una Montagna di libri»

© RIPRODUZIONE RISERVATA

STORIA CRITICA DELLA TELEVISIONE ITALIANA
Aldo Grasso
Il Saggiatore, Milano, pagg. 1424, € 55

MABUSE
di **Giorgio Scavuzzo**

http://bit.ly/carosello-rai
Una lunga raccolta dei più celebri *Carosello*, dagli anni 50 in poi: Calimero, Lagostina, Carmencita e chi più ne ha...

http://bit.ly/macario-uno-due
Erminio Macario e i suoi migliori sketch: *Macario uno e due*, regia di Vito Molinari (RAI, 1975, 7 puntate)

http://bit.ly/quelli-notte
Renzo Arbore, *Quelli della notte*: trasmissione di culto di RAI DUE (1985 - 33 puntate)

«Lascia o raddoppia». Il film di Camillo Mastrocinque (1956), ispirato alla celebre trasmissione televisiva. Da sinistra, il conduttore Mike Bongiorno, Edy Campagnoli, Totò

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.