
Fattore C

Autore: Gianni Bianco

Fonte: Città Nuova

Ogni domenica, canale 5, ore 20.40. A suo modo è un segno dei tempi. Quando il re del quiz era Mike Bongiorno, a portare a casa i ricchi montepremi erano soprattutto concorrenti superpreparati, portatori sani di una cultura magari mnemonica, da parole crociate, ma tutt'altro che giocatori d'azzardo. Anzi la storica serata Rai del giovedì in compagnia del signor allegria era un intrattenimento leggero e a suo modo didattico. Da anni invece, nel fiorire di quiz in tv, si vince non sfoggiando alcuna conoscenza, ma piuttosto facendo ricorso alla buona sorte. Per diventare campione non occorre altro ed è per questo che Fattore C, il nuovo programma di Paolo Bonolis, alla domenica su Canale 5, per la prima volta, fin dal titolo, dichiara apertamente i suoi scopi. Con irriverenza chiarisce che il quiz show ha cambiato pelle: non vince chi più sa, ma chi è dotato di una sfacciata fortuna, quella cosa che volgarmente comincia per C. A parte questo, di innovativo c'è poco. La trasmissione risponde alla necessità di cavalcare il successo Rai di Affari tuoi, programma dagli ascolti stellari che Bonolis non è riuscito a portare con sé sulle reti Mediaset. Anzi proprio la volontà di riproporre quel format spinse il Biscione a staccare un assegno miliardario per strappare lo showman romano al servizio pubblico. Invece di aprire pacchi, qui si rovista in busti di personaggi celebri del presente e del passato. Il resto è déjàvu. Il presentatore tenta i concorrenti con scambi di premi, tornano i miliardi del vecchio conio, le citazioni in latinorum (lei è faber fortunae), le battute fulminanti (tipo Hai visto il calendario della Juventus? Sembra il tour di Zarrillo), i siparietti con il notaio di turno, l'inseguirsi di anvedi e aò, gli sfottò dei caratteristi che da sempre spuntano nel pubblico in sala, le citazioni di Sordi, le mosse di Totò. Addirittura le inquadrature e la scenografia sono le stesse. C'è sempre Luca Laurenti, protagonista con Bonolis della fortunata saga dello spot sul caffè in Paradiso, che (guarda caso) puntuale viene riproposto alla prima interruzione pubblicitaria. In più si punta al pubblico dei più piccoli grazie anche alla scenografia che ricorda il regno di Harry Potter, i personaggi coinvolti nel quiz tra i quali Goldrake e Homer Simpson e la sponsorizzazione del più grande creatore di cartoons del mondo. Se il punto è divertere?, Bonolis è una garanzia. In questi contesti si muove a memoria e la risata è assicurata. Se invece ci si aspetta innovazioni, l'attesa è rimandata. Voglio sperimentare aveva detto alla presentazione del programma alla stampa. Evidentemente non si riferiva a Fattore C.