
Povera tv, tv per poveri

Autore: Gianni Bianco

Fonte: Città Nuova

Siamo il Paese dei superattici e dei sottani. Di chi sta tre metri sopra il cielo e chi invece sei piedi sotto il livello stradale. Nell'Italia dei due milioni di poveri, ma anche dei Briatore e delle Ferrari, la distanza tra chi sta al piano terra della scala sociale e chi all'ultimo, cresce sempre di più. Chi più ha, ha sempre di più. Chi ha meno, sempre meno. Nel recente studio 2008 dell'Ocse, l'organizzazione per la Cooperazione e lo sviluppo in Europa, il Belpaese appare piuttosto brutto. Soltanto cinque nazioni presentano indici di disuguaglianza superiori al nostro, mentre ben 24 presentano indici inferiori. D'altra parte - aggiunge il sociologo Luciano Gallino -, i ricercatori della Banca d'Italia forniscono da anni dati analoghi. In Italia il 20 per cento della popolazione più povera percepisce meno del 7 per cento del reddito totale; il 20 per cento più ricco riceve più del 41 per cento. Due Italie. La forbice tra chi ha quel che vuole e chi non ha quel che serve, cresce sempre di più. E se ci fosse un paniere della disuguaglianza (tipo quello dell'Istat per pesare l'inflazione) la tv finirebbe a breve tra gli indicatori di disparità sociale. Le due Italie non hanno mai avuto troppo in comune. Hanno stili di vita, abiti e costumi diversi, tarati sul volume del rispettivo portafoglio. Modello Dubai a Natale per i primi, modello Torvajonica a Ferragosto per tutti gli altri. Ma una cosa legava in passato queste due repubbliche autonome del censo. A parte la passione per il calcio e le feste per le vittorie mondiali della nazionale azzurra, hanno per decenni avuto in comune almeno la dieta televisiva. A tavola potevi permetterti il caviale o il pane zuppo, ma in tv, per decenni, abbiamo mangiato tutti gli stessi programmi. L'irruzione negli anni Cinquanta della tv fu davvero un fatto di democrazia ancor prima che di costume. Non solo insegnò la lingua di Dante a chi conosceva solo il dialetto, ma contribuì anche a renderci un po' più uguali. Certo. C'era chi lascia o raddoppia lo guardava da solo nel suo spazioso salotto e chi, con altri cento, nel bar scalcinato sotto casa. Ma alla fine le trasmissioni erano per tutti le stesse. Potevi avere tanti soldi o averne pochi ma potevi guardare solo Mike Bongiorno che con i suoi quiz parlava a chi poteva permettersi Cortina e a chi solo il cortile. Oggi non è più così. L'irruzione sulla scena delle tv a pagamento, il progressivo decadimento della offerta generalista, la crisi del servizio pubblico, l'irreversibile invecchiamento della popolazione italiana unita alla recessione economica, sta producendo un fenomeno che è davanti ai nostri occhi (basta accenderla, è di tv che stiamo parlando), ma che pochi hanno ancora visto con chiarezza. La tv degli anziani. Mettiamo allora gli occhiali per fare due conti e guardare meglio la logica di certi palinsesti televisivi. I dati dicono che la tv che ci arriva in casa con l'antenna (quella pubblica che finanziamo con il canone e quella commerciale che paghiamo al supermercato dopo l'overdose di spot) è ormai una roba da vecchi con pochi soldi, specchio di un Paese con i capelli bianchi, con le tasche e le culle vuote. Segno di un forte gap generazionale e di crescenti distanze sociali. Il pubblico di Raiuno ha in media 60 anni, quello di Rete 4, 61. Poco sotto Raitre (58), La7 (56) e Raidue (54). Più staccati Canale 5 (48 anni di media) e Italia 1 (37), l'unica che continui a parlare ad un pubblico più giovane. Ma si tratta di una malattia degenerativa. Ad ogni stagione televisiva che passa, lo spettatore invecchia. In un anno e mezzo, tra il 2006 e la prima metà del 2008, chi guarda Raiuno è diventato di quasi nove anni più anziano. Gli autori tv tutto questo lo sanno bene. Conoscono l'identikit del loro utente. E a quello parlano, dando per persi tutti gli altri, la parte più dinamica della società. Sono così sempre di più i programmi nostalgia, che guardano indietro e non avanti, che coniugano il passato e non il futuro. E sempre più la seconda serata avanza nel cuore della notte, sfiorando orari che nei giorni feriali sono terreno di caccia solo per gli insonni cronici o per chi il

giorno dopo non deve andare a timbrare il cartellino. Perché il lavoro non ce l'ha o perché l'ha abbandonato per la pensione. La fuga dei giovani La televisione detta generalista - ha scritto Natalia Aspesi su La Repubblica -, si sta velocemente incanutendo, non tanto per lo stato anagrafico di alcune sue mitiche star, quanto per la vecchiaia polverosa di certi suoi programmi. Se la televisione tende alla decrepitezza tenendo alla larga tutto ciò che è nuovo, è ovvio che anche il pubblico passi direttamente dall'infanzia alla senescenza. Magari, per i giovani, potrebbe essere non una privazione, ma un grande vantaggio. Infatti i ragazzi, i più abbienti, quelli che sanno e quelli che possono, scappano altrove. Inizia a scricchiolare la capacità della tv di svolgere il ruolo di strumento fondamentale della socializzazione - scrive il Censis nel rapporto 2008 -. I giovani hanno ormai la tendenza al nomadismo e al disincanto, passano da un mezzo a un altro senza assegnare a nessuno un'importanza particolare. Il menu televisivo si adegua. Come una mensa trasandata: minestre riscaldate, prodotti prossimi alla scadenza, brodini caldi, un po' di piccante per coprire i cattivi sapori e la scarsa qualità generale delle pietanze. Un prodotto medio, senza sapore e, quel che è peggio, senza sapere. Rai e Mediaset hanno iniziato da anni la deriva con programmi purchessia e a budget contenuto, spartizione dello share in uno scenario ferreo, osserva Antonio Dipollina su La Repubblica, in un articolo dal titolo emblematico: Rai e Mediaset, la tv dei poveri. Rispetto agli anni d'oro del duopolio, lo scenario è però cambiato e la scelta di Fiorello, il pezzo più pregiato della Rai intenzionato a passare a Sky, è il segno dei tempi: L'assalto finale nella guerra tra la tv dei ricchi e quella dei poveri, commenta Dipollina. È la spia di un fenomeno: la sconfitta della tv gratis per tutti, battuta da quella a pagamento. Loro hanno le risorse, noi no, si sono giustificati da viale Mazzini. È al sabato soprattutto che la forbice si allarga. Nel dopo cena si accende la tv, e dopo un rapido zapping ci si accorge che nulla d'interessante c'è da vedere. Ma poi la serata ha da passare, la stanchezza di una settimana c'è tutta. E così ci si accontenta di quel che passa il convento, guardando il meno peggio. La tv a pagamento È lungo questo confine che passa la disuguaglianza della tv di oggi rispetto a quella di ieri. Una via di fuga infatti c'è: i cuochi dei palinsesti prelibati cucinano i loro programmi altrove, soprattutto sul satellite, ormai il ristorante preferito di chi ha (televisivamente) palato fino e risorse economiche disponibili. I documentari sono di alto livello, i film in prima visione, le partite tutte di cartello, i cartoni animati più belli. Alla carta, lì ci sono i programmi che vedrete in chiaro fra qualche anno, le trasmissioni di cui i ragazzini parlano, le serie che innovano i linguaggi. E non inganni la sollevazione generale per l'innalzamento dell'iva prospettata dal governo. L'abbonamento ad una pay tv, in tempi duri come questi, è infatti per molti ma non per tutti. Il rischio è che si finisca per fare come per la sanità: gli ospedali pubblici non funzionano, ma non tutti possono poi andare a farsi curare nelle cliniche private. Aldo Grasso, il più temuto e ascoltato tra i critici tv, adoperando un'espressione già utilizzata per spiegare le disuguaglianze nell'accesso ad Internet, ha così parlato di frattura digitale e cioè ai ricchi i programmi migliori sulle pay-tv; ai poveri, il vero bacino della tv, la spazzatura. Quale tv pubblica? Quello che ci serve - conclude Grasso - è una nozione moderna di Servizio pubblico. Non una Rai pedagogizzante e minoritaria (specie se privatizzata) ma una rete d'eccellenza, al di sopra delle parti, capace di confrontarsi con scenari mediatici internazionali. Ironica e divertente, che esprima uno stile, un'impronta, un garbo, una linea editoriale che assicuri una compensazione dell'offerta per eliminare il rischio della frattura digitale. È questo il rischio che corre la Rai. Fatta per tutti, rischia d'essere solo per i più. Quelli che hanno meno.