

DALLA TELEVISIONE DI MASSA ALLA MASSA IN TELEVISIONE: IL CASO «TV VERITÀ»

Sono sempre più numerosi e più seguiti i programmi televisivi nei quali persone comuni rivelano in TV i loro drammi familiari, le loro avventure, i loro problemi. Questo tipico modo di fare televisione è spesso chiamato «TV verità». Troppo sbrigativamente un certo tipo di critica legge, nel successo di questo genere televisivo, la componente di pettegolezzo o di mondanità che attrae il pubblico, e che consente a questo tipo di televisione “leggera” di conseguire il successo. In realtà, questo contributo intende mostrare le trasformazioni sociali connesse all’evoluzione della «TV verità», per porre in rilievo il mutamento della socialità di ogni cittadino nella società dell’informazione globale.

Gli effetti della proliferazione dei programmi del genere «TV verità» hanno già rimesso in discussione il generale quadro di riferimento teorico televisivo. Normalmente, infatti, il pubblico è sempre stato in grado di distinguere una TV riproduttiva della realtà del mondo e una TV che crea i suoi prodotti in modo autoreferenziale. Non è problematica la distinzione fra un telegiornale e uno sceneggiato, fra un documentario e un cartone animato, fra il servizio meteorologico e il film di fantascienza. Spesso, ci si riferisce a questa distinzione in termini di TV dell’informazione e TV dell’intrattenimento.

La «TV verità» sovverte questo equilibrio del modello di riferimento per la proposta televisiva: il confine fra il confezionamento di un prodotto referente allo strumento TV o referente ad un certo grado di realtà diviene più labile. Ma, in generale, negli ultimi anni l’ampia teoresi connessa alla sociologia delle comuni-

cazioni di massa ha trovato numerosi stimoli per la riscrittura dei suoi presupposti concettuali, dei suoi problemi tipici e delle sue soluzioni.

Che la questione connessa agli effetti della diffusione del consumo televisivo sia una questione urgente, non c'è forse bisogno di ripeterlo. Una fra le questioni di maggiore attualità dibattute dagli educatori, dai sociologi e dagli psicologi, risulta essere l'effetto dell'evoluzione dei mezzi di comunicazione sulle nuove forme della socialità contemporanea. La letteratura critica di frequente coniuga questa riflessione con un monito riguardante la possibile creazione di una società apatica, priva di creatività in quanto modulata sui ritmi passivi delle produzioni radio-televisive. In tale ambito critico, nelle trasmissioni televisive tipiche del genere «TV verità» vengono riconosciuti quei caratteri negativi e nocivi alla formazione culturale del pubblico preannunciati l'infesta società dalla televisione pervasiva. Difatti, per quanto ci si impegni nella discussione sulle diverse opportunità delle nuove comunicazioni di massa, alla fine l'oggetto più immediato al quale ci si rivolge è il mezzo televisivo. Il mutamento in atto, che si tratti dell'avvento della società globale o della realizzazione di una cultura massificata, si impernia, spesso, sul caso della diffusione e incidenza del televisore sulla vita quotidiana degli individui. Sono state costruite immagini metaforiche senza dubbio suggestive per indicare il fenomeno: Peppino Ortoleva parla della televisione come della «centrifuga del sistema dei media»¹; Mario Morcellini, nel modo più esplicito, afferma che «nell'ambito dei mass media, è il piccolo schermo a rappresentare il volano dei cambiamenti»²; Mauro Wolf rimane aderente ad una prospettiva di indagine sugli effetti sociali dei media che trova costante riferimento proprio nel caso della televisione³, tanto che sorge un certo dubbio se l'identificazione dello sviluppo dei media con la penetrazione del siste-

¹ P. Ortoleva, *La società dell'informazione*, Roma 1992, p. 91.

² M. Morcellini, *La TV dell'abbondanza: Strategie di palinsesto e percorsi del consumo nell'«exploit» della televisione in Italia*, in «Sociologia e ricerca sociale» X, 30, 1989, p. 23.

³ Cf. M. Wolf, *Gli effetti sociali dei media*, Milano 1992.

ma televisivo non sia un risultato sul quale ormai convergere senza ulteriori remore.

Senza alcun dubbio questo fenomeno di identificazione del caso TV al caso più generale del sistema dei media ci mette in condizioni assolutamente favorevoli per un'indagine del ruolo funzionale giocato dal sistema televisivo nella letteratura specializzata. Le numerose classificazioni allestite per spiegare la crescita del fenomeno televisivo spaziano dalla multinazionalizzazione dell'industria culturale alla funzione democratica, dalla funzione di mediazione della realtà esterna alla funzione saldatrice dei nuovi legami di gruppo espressi nelle società complesse. Un carattere ricorrente di queste classificazioni lascia presagire quali percorsi la nostra indagine possono intraprendere per l'analisi del fenomeno «TV verità». Esso concerne la stretta relazione che, a livello analitico, connette la funzione del media televisivo con il consumo culturale della società di massa.

1. *Fiction o realtà?*

Nel descrivere questo nuovo genere televisivo, a poco serve soffermarsi sulla disquisizione teorica attorno alla "verità" di questo fenomeno. Potremmo contrassegnare il caso come «TV verosimile» o altro, il punto è che si propone un modo realistico di interpretare il messaggio televisivo. La «TV verità» intende proporre un messaggio spoglio delle artificiosità di confezionamento tipiche della *fiction*. Una TV senza eroi stereotipati, senza situazioni limite, nella quale l'ordinarietà delle situazioni proposte è il carattere di definizione. La «TV verità», bene inteso, non è "reale", vera, immediata, non è neanche cronaca; il confezionamento riguarda la realizzazione di un prodotto aderente ai caratteri del vissuto dello spettatore medio.

Le analisi negative del fenomeno «TV verità» si riducono, secondo alcuni critici del vasto mondo della televisione, al giudizio relativo allo smascheramento del confezionamento delle situazioni "presunte vere". In pratica, molti si sono adoperati nel denunciare come alcune situazioni riprodotte in quelle trasmissioni

e vendute come spontanee, sincere, in realtà fossero ben preparate. Nonostante queste operazioni di smascheramento, la «TV verità» costituisce un genere televisivo di successo. D'altronde, la chiave del successo di una produzione radio-televisiva e cinematografica può essere vista in funzione dell'operazione empatica che lega l'esperienza dello spettatore alla sequenza delle immagini. In generale, lo spettatore è stato partecipe delle rivolte studentesche di Piazza Tien An Men secondo meccanismi non differenti da quelli che lo hanno commosso durante la proiezione di *Via col vento*. In tale prospettiva, non è il punto cruciale interrogarsi sulla realtà delle cause che hanno sollecitato l'operazione empatica. L'interrogativo deve invece porsi sulla struttura di significato che circonda l'evento televisivo al quale si assiste. La situazione cinese e la rivolta studentesca sono una struttura di significato che esiste al di là delle immagini dello studente che ferma il carro armato; tale struttura conferisce senso all'azione dello studente e lo spettatore, in condizioni normali, avverte l'attribuzione di significato come rivolta dalla situazione cinese allo studente e non viceversa. Il legame fra Rossella O'Hara e la situazione del Nord America durante la guerra di secessione è invece capovolto: il significato è prodotto dalla protagonista e la sua storia gode di una autoreferenzialità semantica percepita dallo spettatore.

Quale riflessione sviluppare sulle strutture di significato prodotte dal fenomeno «TV verità»? Un altro modo di argomentare la definizione della «TV verità» può essere il seguente: la «TV verità» propone *continuum* dotati di significati familiari allo spettatore. Consideriamo un caso tipico di espressione della «TV verità»: la casalinga che reagisce al ritorno a casa del figlio che si era allontanato è inserita in una struttura di significato fatta di vita domestica, con i piatti da lavare, la stanza da rassettare, la cena da preparare, le pene per un figlio che fin dall'adolescenza ha sempre sollevato problemi. In generale, è una situazione che lo spettatore perlomeno conosce, perché direttamente vissuta o magari osservata nella famiglia vicina di casa. È perciò una struttura di significato avvertita nello stesso modo della rivolta studentesca cinese, con la differenza che le coordinate cognitive della Cina e del suo momento storico permangono all'interno di un sistema non casuale

dell'esperienza dello spettatore, mentre l'anonimato dei protagonisti della vicenda familiare sopra descritta (anonimato che va al di là della menzione dei dati anagrafici), apre spiragli diversi alla critica sul presunto uso indiscriminato della credulità dello spettatore. Il protagonista di un film è una creatura artistica: non esiste (Rossella O'Hara) o se è esistita, come nei film biografici, è filtrata artisticamente. Cosa dire sull'esistenza della casalinga? Il fenomeno «TV verità» non ammette deroghe al requisito della nullità della figura sociale dei suoi protagonisti. Una trasmissione tipo *Scherzi a parte*, la quale organizzava scherzi a personaggi noti al mondo pubblico, non è «TV verità». Al massimo può essere contrassegnata come «TV dietro le quinte», e le situazioni grottesche, paradossali, imbarazzanti, quindi improbabili, non avvicinano nessuno ad alcuna situazione realistica. La «TV verità» può essere fatta solo con il sig. Rossi o con la sig.ra Bianchi, vale a dire con il tipo ideale di individuo che altrimenti non avrebbe alcuna opportunità di comparire sullo schermo televisivo.

La «TV verità» possiede, perciò, requisiti di entrambi i generi televisivi (*fiction* e informazione). Da una parte, infatti, elabora situazioni all'interno di strutture di significato reali e familiari; dall'altra, fa riferimento a figure estemporanee, inesistenti quasi quanto i protagonisti di qualsiasi produzione *fiction*.

2. Alle origini del fenomeno

Il fenomeno «TV verità» approda relativamente tardi sulle televisioni italiane rispetto al contesto europeo. Se facciamo risalire il genere alle prime edizioni di *This is your life* (1952, Stati Uniti), o alla tedesca *Aktenzeichen XY: ungelöst* (1967, diffuso subito anche in Austria e Svizzera), ci si può rendere conto del divario cronologico che accusa il nostro sistema televisivo rispetto all'origine della «TV verità».

Nel nostro Paese, non c'è un programma televisivo che tiene a battesimo il genere esaminato. Verso la fine degli anni Ottanta, compaiono sul piccolo schermo trasmissioni quali *Un giorno in pretura* (1987), *Allarme in città* (1988), *I racconti del 113* (1989),

Pronto polizia (1989), *Camice bianco* (1989). Essi offrono allo spettatore la registrazione di contesti specifici della quotidianità: un'aula di un tribunale, il Pronto Soccorso di un ospedale, un auto della polizia in perlustrazione. Più elaborate sono le trasmissioni *Telefono Giallo* (1987) e *Chi l'ha visto?* (1988). La prima riprende il modello di diffuse programmazioni quali *Crimewatch U.K.* (Regno Unito, 1984) e *Opsporing verzocht* (Paesi Bassi, già lanciato nel 1975 ma regolarmente trasmesso solo dal 1982). Il programma si propone di ricostruire i casi giudiziari che maggiormente hanno colpito il pubblico negli anni precedenti. La trasmissione si articola sullo sfondo di un'atmosfera del genere giallo di Hitchcock, ma alla struttura *fiction* della trasmissione è saggiamente accostata una solidità cronistica e competente (assicurata, fra l'altro, dalla consulenza di figure dell'amministrazione giudiziaria come Michele Coiro, Guido Guidi e Fernando Masone). L'alchimia scenica risultante decreta il successo della trasmissione. *Chi l'ha visto?* (tuttora trasmesso) è un programma dedicato alle persone scomparse, ai rapimenti, alle fughe volontarie. Durante la trasmissione viene data la parola ai familiari, si cercano gli amici per costruire il profilo della persona scomparsa, si indaga sulle possibilità di ritrovarla.

Il modello di trasmissione, all'origine del genere «TV verità», è imperniato su fatti di cronaca nera. Il tentativo è quello di rivelare quei tratti delle vicende negative che non possono trovare espressione nelle cronache giornalistiche. Le emozioni dei parenti delle vittime o degli scomparsi, le tensioni dei conduttori delle ricerche investigative e i retroscena intuibili diventano una ricetta tipica delle trasmissioni.

Questo gruppo di trasmissioni svolge una funzione sociale non indifferente. Permette l'avvicinamento dello spettatore a vicende percepite come remote ad un livello superficiale della coscienza di ogni individuo, ma che costituiscono una componente stabile della nostra "ansia metropolitana". La situazione oggetto della trasmissione, inoltre, non è mediata dal giornalista, dal suo schema narrativo. Piuttosto, la narrazione dipende fortemente dai primi piani drammatici, dalle panoramiche sui parenti afflitti, dai volti apparentemente freddi della giustizia o del personale medi-

co. Per tale via, questo genere di «TV verità» somministra gli strumenti allo spettatore per l'allestimento di uno schema interpretativo della realtà in proprio.

Esemplare, al riguardo, è la trasmissione *Un giorno in pretura*. Il programma offre 45 minuti di registrazione di processi tenuti nelle preture di tutta Italia. Senza alcun commento, la televisione afferra, in modo impietoso, le ansie dei parenti e le tragedie delle vittime, gli sguardi degli imputati, il distacco degli avvocati e gli atteggiamenti solenni dei giudici. Sulla stessa linea è la trasmissione *I racconti del 113*. La formula è altrettanto semplice: al centralino di Polizia arriva la chiamata che costituisce il caso da seguire dall'inizio alla fine. Sono storie, spesso, di disperati. Il barbone, la prostituta, l'incensurato sorpreso per la prima volta a commettere reati che chiede di non essere coinvolto. È un esempio di «TV verità» che sollecita lo spettatore medio a fronteggiare un tipo di realtà quotidiana di cui spesso non fa mai esperienza diretta. E lo spettatore viene catapultato in un conflitto fra l'interpretazione della verità accertata dagli organi investigativi e giudiziari e la verità interiore, confessabile al di fuori dei rigidi steccati dell'ordinamento giuridico, che può offrire motivi alternativi di riflessione. *I racconti del 113* assolve anche alla funzione esorcizzante di un genere di censura radiotelevisiva che durante l'ultimo decennio aveva impedito alcuni programmi di attualità preannunciati la «TV verità». È il caso dell'inchiesta *A.A.A. Offresi*, previsto per il 12 marzo 1981 e mai andato in onda. Il programma proponeva le riprese, effettuate attraverso un falso specchio, degli incontri realmente avvenuti di Véronique, una prostituta, e alcuni clienti occasionali. Il programma censurato divenne il simbolo di un genere di televisione che iniziava a chiedere spazio, e che di lì a poco maturò le condizioni per la sua diffusione. L'anno successivo, nel 1982, Biagio Agnes vieta la trasmissione del programma *Rebibbia*, che raccoglie alcune significative e crude esperienze della situazione penitenziaria italiana. Nel 1984, è un Dossier sulla mafia curato dal giornalista Giuseppe Marrazzo insieme a Pino Arlacchi che viene sottoposto al regime censore.

Un'altra espressione del genere «TV verità», nella sua prima fase di sviluppo, potrebbe essere contraddistinta come ricettiva

delle emergenze provenienti dagli individui in cerca di un mezzo per esternare i loro sentimenti. Si tratta di quelle trasmissioni che mettono a disposizione di comuni cittadini la possibilità di confessare qualcosa, o di inviare una richiesta di aiuto. Qui il fatto di cronaca non è necessario, giacché la richiesta di ricongiunzione con un ex partner può non avere alcuna importante capacità informativa. La rilevanza editoriale è data dalla presentazione di una situazione privata; si attende l'esito della richiesta, si penetra nel mondo della soggettività (frustrazioni, desideri, timori, segreti) di ognuno che spesso è fatta di caratteri che, nonostante siano custoditi con gelosia, sono consapevolmente un patrimonio di molti.

A questo tipo di «TV verità» appartengono trasmissioni come *Io confesso* (in onda nel 1988/89), *Agenzia matrimoniale* (1988/89), *Scrupoli* (1990-93), *Sfoghi* (1989-92). Il filo conduttore, nel giudizio del telespettatore, diventa spesso l'esibizionismo, se non il narcisismo, dell'ospite che compare in questo genere di trasmissione. L'interrogativo puntuale è come possano le persone intervenire in trasmissione raccontando questioni così delicate e personali. Probabilmente, si è portati a pensare che la possibilità di ottenere quanto richiesto valga il disagio della pubblicazione dei propri affari privati. Questi risultati comportano due premesse: 1) al mezzo televisivo è assegnata una forza persuasiva considerevole, che induce alcune persone al suo ricorso pur in presenza del disagio descritto; 2) il mezzo televisivo può scardinare alcune delle fortezze che costruiamo a custodia della nostra intima soggettività.

Le prime caratteristiche mostrate dal genere «TV verità» mutano rapidamente con il sorgere della sua dimensione meno drammatica e più goliardica. L'evoluzione del fenomeno «TV verità» è segnato da trasmissioni quali *Il ficcanaso*, *Cari genitori*, *Pronti a tutto*, *Davvero*, *Eppur si muove*, *Perdenti*, *Perdonami*, *Professione Reporter*. Oltre a queste, vanno segnalati servizi da «TV verità» contenute all'interno di programmi di varietà, quali *Carràmba! Che sorpresa* e *Stranamore*.

Cari genitori, per esempio, è un gioco a premi che impegna i componenti di una famiglia a riconoscersi reciprocamente le proprie abitudini, vizi o segreti nascosti. Nel processo di svelamento del vissuto familiare intervengono le variabili più avvincenti quali

il pudore, il timore, il rispetto, l'ansia per i figli e il dover essere verso i genitori. Il tutto avviene sui tempi e le battute proprie di un programma di intrattenimento, per cui alla fine lo spettatore è invogliato alla normalizzazione delle esperienze delle altre famiglie, e tutto concorre alla esorcizzazione di quelle che ognuno pensa essere le proprie fobie, le proprie stranezze o virtù.

In comune, le trasmissioni di questo secondo periodo, possiedono il valore purificatore assegnato al mezzo televisivo. Alla televisione è delegato il compito di emendare la colpa, attraverso l'espiazione di una pena che coincide con il mostrarsi in pubblico in modo dimesso, pronto all'autocritica.

Davvero è una serie realizzata nell'ambito di *Format* (struttura produttiva di Raidue promossa da Giovanni Minoli) ispirata al serial statunitense *Real World* della rete MTV (network globale, di origine americana, con un palinsesto rivolto esclusivamente a un pubblico giovane). I 45 episodi trasmessi vedono per protagonisti alcuni giovani che hanno condiviso, per qualche mese, lo stesso appartamento e che hanno condotto la loro vita quotidiana sotto l'occhio delle telecamere. Stavolta al centro dell'attenzione non c'è un evento rilevante, insolito, che si percuote su un individuo normale, anonimo, "su uno di noi". *Davvero* è una trasmissione che mostra la routine della vita di tutti i giorni, i cui significati, per tradizione, non hanno mai trovato un posto dedicato nella produzione televisiva. In tal senso, un tratto costitutivo della "neotelevisione"⁴ è proprio il ribaltamento della funzione *fiction-realtà*. Le nuove tendenze culturali del mezzo televisivo rendono più labile il confine fra realtà e *fiction*, in particolare non è più la *fiction* a impegnarsi nella ricerca del verosimile, è piuttosto la realtà che cerca, con insistenza, di potersi proporre come *fiction*.

Stranamore e *Carràmba!* Che sorpresa sono spettacoli di varietà condotti da *star* del mezzo televisivo (Alberto Castagna e Raffaella Carrà) non esclusivamente improntati sul genere «TV verità»,

⁴ Cf. U. Eco, *La trasparenza perduta*, in Id., *Sette anni di desiderio*, Milano 1983. In tale saggio, Eco propone la distinzione fra "paleotelevisione", relativa al monopolio della TV pubblica, e "neotelevisione", frutto del sistema concorrenziale e commerciale affermatosi in Italia negli anni '80.

ma che contengono formule di dolorismo ben delineate. Proprio tali impronte di «TV verità» decretano il successo di queste due trasmissioni. *Stranamore* permette a chiunque abbia avuto problemi nelle relazioni con una persona legata affettivamente di inviare messaggi, inviti e richieste di riconciliazione. Il programma ebbe un discreto successo per nulla scalfito dalle polemiche sulla veridicità delle situazioni create. Sulla stessa linea, *Carràmba! Che sorpresa* (ispirato al format inglese *Surprise, surprise*) fonda il proprio successo sulle situazioni tipiche di incontro fra familiari lontani e sulla realizzazione dei sogni di gente comune, che in studio, improvvisamente, si ritrovano con i personaggi famosi che adorano.

Questo genere di programmazioni ha un contrassegno specifico nella opportunità di partecipazione del telespettatore al dolore e al coinvolgimento emotivo dei protagonisti delle puntate. In tal senso, la «TV verità» sembra coniugare al meglio le proprie caratteristiche con un certo comportamento *voyeuristico* amplificato dal mezzo televisivo.

3. *La funzione sociale: il pubblico della «TV verità»*

Ad un livello superficiale, non è difficile costruire lo stereotipo dello spettatore della «TV verità». Esso coincide con l'individuo ingenuamente preda della curiosità e della morbosità per le disgrazie altrui, per gli affari privati degli altri.

Una prima considerazione riguarda l'assenza di indagini approfondite sul tipo di pubblico che più frequentemente consuma il genere «TV verità». Indubbiamente, il fenomeno è giovane e in tal senso, una volta consolidate le questioni di partenza, probabilmente ben presto le agenzie specializzate si occuperanno, in dettaglio, del nostro genere televisivo. Tuttavia, a partire da alcune aspettative formulate dagli autori e dai protagonisti della «TV verità», è possibile configurare virtualmente il tipico spettatore.

Enrica Bonaccorti, conduttrice di *Cari genitori*, così presenta il ciclo di trasmissioni sul rotocalco *Tvsette* del 7 maggio 1991: «Abbiamo cercato di confezionare un prodotto buono, i temi toccati sono fra i più significativi di tante situazioni familiari ma la tra-

smissione è anche divertente e sdrammatizzante. Insomma, è un programma per tutti, per i figli, per i nipoti e per chi intende rilassarsi di sera dopo una giornata di lavoro». Si noti come l'invito della Bonaccorti lasci intravedere che il pubblico delle casalinghe e dei pensionati sia probabilmente acquisito, e l'intervista-spot, invece, cerca di convincere soprattutto i giovani e i mariti lavoratori. In un'altra occasione, il Direttore di Raitre Angelo Guglielmi ha tenuto a ribadire che la pianificazione delle programmazioni mirava allo sfatamento dell'opinione che vuole la terza rete RAI (quella più ricettiva delle trasmissioni «TV verità») una rete per settori particolari del pubblico televisivo (intervista concessa al *Corriere della sera*, 26 febbraio 1993). Commentando il successo riscosso dalle prime puntate di *Stranamore*, il giornalista Piero Ottone (Supplemento «Il Venerdì» del quotidiano *La Repubblica*, 13 ottobre 1994) così commenta: «Alberto Castagna sembra aver scoperto il punto debole di noi italiani, il nostro voyeurismo. L'Auditel parla chiaro: la voglia di emozionarsi con il sensazionalismo scandalistico non è più confinata alla morbosità di pochi...».

Dagli autorevoli commenti di questi personaggi emergono alcuni rilievi: innanzitutto, il tipico spettatore della «TV verità» è considerato, in via del tutto intuitiva, uno spettatore non provvisto di un elevato grado di istruzione e in condizione professionale non elevata. Casalinghe e pensionati, per esempio, nell'immaginario collettivo sono ritenuti i più fulgidi esempi di spettatori della «TV verità». Inoltre, la «TV verità», nella bocca dei personaggi citati, sembra alla ricerca di spazi affrancati dalle etichette di un pubblico poco colto.

Le ragioni del perdurare del giudizio che vuole la pensionata e la casalinga la più frequente consumatrice di «TV verità» cela un convincimento preciso attorno al significato da attribuire al genere agli inizi della sua evoluzione: soprattutto chi conduce una vita domestica preferisce guardare un genere di trasmissione televisiva nella quale protagonista è una persona che corrisponde allo stesso gruppo sociale. Esprimendo il punto di vista in modo ancora più conciso: il gruppo dei pari si incontra, quotidianamente, sugli schermi della «TV verità». In questo senso, la funzione sociale per l'esordio del genere «TV verità» è delineata in tutta la

sua forza culturale. Quale espressione di una dimensione della vita associata che spesso fatica a trovare valvole comunicative, la «TV verità» offre identità e legame soprattutto a coloro che si trovano più spesso a determinare la propria condotta sociale all'interno dell'ambito casalingo e familiare.

Impostato in questo modo, il discorso sembrerebbe quasi piegare verso l'assegnazione di una funzione terapeutica alla «TV verità». Essa ci consente di collocarci dentro un gruppo più o meno considerato vicino alle nostre caratteristiche personali; essa ci fa sentire meno soli e, soprattutto, non troppo diversi dai tipici personaggi del piccolo schermo. In questo senso, sembra venirsi a colmare anche l'ultima irriducibile lacuna della comunicazione televisiva: l'incapacità nell'offerta di promuovere una dimensione valida di socialità. In pratica, si è sempre contestato al mezzo televisivo di organizzare verticalmente il proprio messaggio. La televisione, si è detto spesso, è una «fabbrica di atteggiamenti sociali», dove lo spettatore è pensato in un ruolo passivo, di ricettore delle strutture di esperienza comunicate dal piccolo schermo. Il piccolo schermo, nella critica storica, struttura (in modo dispotico?) i metodi con i quali gli individui interpretano il mondo sociale e reagiscono ad esso, ordinando la propria esperienza. Questo divario fra televisione e vita quotidiana ha sollevato una emergenza mediatica: la «TV verità» ha realmente risolto questa cesura? Riesce ad offrire efficaci spazi di socialità?

4. Il piccolo schermo e i "piccoli mondi"

Quali sono le radici della socialità umana? Sono poche le domande che possono competere con questa per difficoltà e complessità. Socialità, di per sé, è un concetto che coinvolge l'individuo in un rapporto con gli altri. Perché l'uomo si ritrova a vivere con gli altri, invece di condurre una esistenza solitaria? Potrebbero essere riprodotte numerosissime interpretazioni sul fondamento della socialità umana. Per esempio, due modi assai differenti di impostare il problema possono essere riconosciuti nel pensiero di Aristotele, per il quale l'uomo è naturalmente sociale (*zōon politikón*), e di

Hobbes, per il quale l'uomo non possiede alcuna predisposizione alla socialità e sono, invece, il mero calcolo e il più stretto bisogno che lo conducono all'associazione. Per fortuna, agli scopi di questo contributo non compete una rassegna critica delle diverse concezioni maturate nella storia del pensiero umano e sociale. Si può apprezzare la dimensione della socialità come una componente tipica di ogni individuo, come «la tendenza-necessità ch'egli ha inscritta nel suo intimo, di vivere in stretto contatto con i suoi simili»⁵. È ovvio che non si tratta di un «contatto» qualsiasi. Tale contatto deve essere finalizzato empaticamente, cioè l'attore sociale deve immergersi nell'altro, interpretandone le esperienze «e ciò prima ancora di una comunicazione linguistica», dice Achille Ardigò⁶. Ma questo immergersi non è mai un atto fine a se stesso: esso deve servire per far scattare un meccanismo di reciprocità senza il quale non si avrebbe socialità, oppure si avrebbe un surrogato di socialità umanamente vuoto, spiritualmente sterile. «Il domandare [...] è espressione della socialità dell'uomo; domandando, comprendo di non essere padrone della risposta e di colui che la darà, e divento consapevole che la mia vita non è completamente nelle mie mani, tanto che devo affidarmi alle risposte di un altro (di molti altri) per comprenderla»⁷. I luoghi dove si rende possibile esprimere la socialità umana sono quei livelli della realtà nei quali l'attore sociale, ogni cittadino, può operare attivamente, può formulare «domande». Sono, questi, i «piccoli mondi», cioè luoghi sociali (quelli tipici della nostra quotidianità) dove ognuno di noi è chiamato a contribuire alla costruzione della società⁸. Solo in essi può darsi reciprocità, quindi solo in essi può manifestarsi socialità. Il «piccolo schermo» non riproduce i «piccoli mondi»: la «TV verità» non riesce a colmare la crisi di socialità indotta dall'azione massificante delle società contemporanee e dal diffuso individualismo. In modo preoccupante, forse può rappresentare anche un nuovo tipo di of-

⁵ T. Sorgi, *Costruire il sociale. La persona e i suoi "piccoli mondi"*, Roma 1991, p. 66.

⁶ A. Ardigò, *Per una sociologia oltre il post-moderno*, Roma-Bari 1988.

⁷ A.M. Baggio, *Il Nome dell'Altro*, Roma 1995, p. 115.

⁸ Cf. T. Sorgi, *op. cit.*

ferta consumistica. Quella relativa al surrogato socievole di universale posologia. Al pari della pillola per la felicità, del siero dell'ottimismo, della pietra filosofale, la «TV verità» sembra proporsi quale moderna chimera per l'uomo contemporaneo affranto dalla mancanza di rapporti sociali genuini, gratuiti.

A questo punto non ci si può non domandare se ci troviamo di fronte ad una nuova fase della comunicazione televisiva. Il passaggio dalla mediazione del reale alla elaborazione di una realtà mediatica lascia presagire scenari complicati e preoccupanti. Di sicuro, sembrano necessitare di un aggiornamento le elaborazioni degli esperti circa i rimedi da proporre per il consumo del sistema televisivo.

In generale, i richiami ad un uso opportuno e adeguato del mezzo televisivo possono essere rivolti al *television maker* o al pubblico. Nel primo caso, ci troviamo di fronte ad una prima fondazione del discorso deontologico per i professionisti del mondo della televisione. Nel secondo caso, l'intento evidente è quello di educare ogni individuo all'uso consapevole del mezzo televisivo.

Il più significativo contributo mirato alla costituzione di una deontologia di chi fa televisione è sicuramente la proposta di Karl Popper. Per sua stessa ammissione, il filosofo austriaco intende condurre il mestiere televisivo allo stesso livello di responsabilità sociale assegnabile, per esempio, alla professione medica ⁹. «Chiunque sia collegato alla produzione televisiva deve avere una patente, una licenza, un brevetto, che gli possa essere ritirato a vita qualora agisca in contrasto con certi principi», così esclama Popper ¹⁰, denunciando il forte legame fra il rischio di una televisione senza regole e lo sfaldamento degli ideali democratici delle società contemporanee. In tal modo, Popper si ricollega a quella vasta schiera di filosofi sociali ¹¹ che credono fermamente che una democra-

⁹ Cf. K.R. Popper, *Una patente per fare tv*, in K.R. Popper - J. Condry, *Cattiva maestra televisione*, Milano 1994, p. 21.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Per citarne alcuni: J. Dewey, *Democracy and Education*, 1916; trad. ital., *Democrazia e educazione*, Firenze 1992; K. Mannheim, *Freedom, Power and Democracy Planning*, London 1965; trad. ital., *Libertà, potere e pianificazione democratica*, Roma 1968.

zia compiuta necessiti di una fase di educazione aperta al dialogo e all'apprendimento di ideali sani (perciò estranei alle grottesche forme di violenza e di sensazionalismo esportati dalla televisione).

Che l'argomento, nelle interrelazioni con le sfere economica, politica e commerciale, sia di complessa decifrabilità è testimoniato dall'opposta considerazione che separa Popper da un esperto del problema della comunicazione sociale come Giampiero Gamaleri. Il primo sottolinea come lo scadere della qualità della programmazione televisiva sia riconducibile, sostanzialmente, al fatto «che vi sono troppe stazioni emittenti in competizione. Per che cosa competono? Ovviamente per accaparrarsi i telespettatori e non competono, mi si lasci dire così, per un fine educativo [...] Se riflettiamo sulla storia della televisione, vediamo che, nei suoi primi anni, essa era abbastanza buona. Non c'erano le cattive cose che sono arrivate dopo, offriva buoni film e altre cose discrete. La ragione di questo sta in parte nel fatto che all'inizio non c'era competizione o, per lo meno, ce n'era molta poca e che anche la domanda non si era ancora estesa»¹². Curiosamente, Gamaleri avanza una tesi praticamente opposta a quella di Popper richiamandosi ad un tipo di caratterizzazione sociale di matrice popperiana: la società aperta. Secondo Gamaleri, per affrontare il problema di come la televisione possa essere messa in grado di non nuocere al pubblico, occorre un recupero della libertà di scelta del telespettatore, il quale può selezionare il proprio percorso informativo in virtù dell'aumento dei servizi (*pay-per-view*, *video-on-demand*) offerti¹³.

A che cosa si deve questa opposizione? Sicuramente, alla base della diversità di opinione vi è proprio il fatto che Popper si rivolge ai professionisti e a tutti coloro che fanno televisione a qualsiasi livello, mentre Gamaleri intende adottare il punto di vista dello spettatore. Si noterà che le posizioni non sono affatto simmetriche. Esiste una cospicua letteratura impegnata a dimostrare come il telespettatore non sia altro che una marionetta in

¹² K.R. Popper, *op. cit.*, p. 15.

¹³ Cf. G. Gamaleri, *Televisione e diritti della persona. Il "buono TV"*, Torino 1996.

mano alle forze malvagie della produzione televisiva. Forse con eccessivo pessimismo, il rilievo mosso al ruolo passivo e inerte rivestito dal telespettatore contrasta, in larga misura, con la posizione di coloro che in nome della (potenziale) libertà di scelta credono che la televisione possa pronunciarsi in modi non controllati, giacché è il pubblico che seleziona la buona televisione da quella cattiva. Sull'argomento, le più incisive riflessioni sono state compiute da Marino Livolsi, il quale ha mostrato la complessità del consumo culturale in rapporto alla costruzione di una identità sociale influenzata dai mass media ¹⁴.

Con l'emergere del genere «TV verità», ritorna attuale la proposizione di un rimedio, in un certo senso, antico: quello di creare momenti alternativi al consumo televisivo. La «TV verità», come si è potuto vedere, trova diffusione e consumo negli spazi umani dove la socialità fa più fatica ad esprimersi, in tal senso l'unica scelta possibile è quella di ritornare, senza indugi, alla prossimità dei rapporti umani.

ALBERTO LO PRESTI

¹⁴ M. Livolsi, *Teorie, modelli, ricerca*, in M. Livolsi - F. Rositi, *La ricerca sull'industria culturale*, Roma 1988.