

IN MEGLIO O IN PEGGIO MA HA CAMBIATO L'ITALIA



Mezzo secolo fa fece la sua comparsa nelle nostre case un apparecchio simile alla già familiare radio, ma dotato del potere evocativo delle immagini. In cinque decenni, da presenza discreta del focolare domestico, la televisione si è trasformata in un'invadente-invasiva realtà, e la società italiana da anni ormai modella le proprie tendenze in base a quanto "passa sul video".

1 - La storia

CINQUANT'ANNI DI "MAMMA RAI"

di Michele Sorice

Era il 3 gennaio 1954, una domenica. Senza grandi clamori la televisione italiana iniziava le sue trasmissioni regolari annunciate dalla voce e dal volto di Fulvia Colombo. Un inizio con la ritualità delle cerimonie (al mattino vi furono i discorsi ufficiali) e con un primo palinsesto che aveva il suo acme nella prosa serale, una commedia di Goldoni. Furono in pochi a vederla: il segnale non copriva ancora tutta la Penisola e, soprattutto, erano pochissimi i fortunati possessori di un televisore. In un modo o nell'altro, però, era iniziata la storia della televisione italiana. Avoler essere rigorosi, i primi esperimenti di "radiovisione" (come una circolare governativa del 1931 chiamava le prove tecniche che l'Eiar era autorizzata a iniziare) risalgono al 1939: in ritardo rispetto alla Gran Bretagna, senza finanziamenti pubblici e troppo a ridosso della guerra perché potessero avere un futuro. Bisognerà aspettare gli anni Cinquanta per le prime trasmissioni sperimentali che diventeranno una realtà solo nel 1952. Il discorso ufficiale di apertura delle trasmissioni del 3 gennaio 1954 fu tenuto dal presidente della Rai Cristiano Ridomi, uomo esperto e competente che era stato legato a Galeazzo Ciano ai tempi dell'Eiar. Tutte le vicende della Tv (e in parte anche della radio) in Italia mostrano l'inestricabile groviglio di nuovo e vecchio, di continuità col passato (talvolta persino imbarazzante) e spinte verso l'innovazione (di linguaggi, di prodotto, di contenuti). E fu proprio un volto nuovo a presentare il primo programma "vero" di quella prima giornata televisiva: un giovane italo-americano con uno stile fresco e vivace, un certo Mike Bongiorno... L'evento della prima giornata di trasmissioni passò abbastanza inosservato. La

maggior parte degli intellettuali italiani mostrarono verso il nuovo *medium* un duplice atteggiamento: da una parte il totale disinteresse verso una "tecnologia" che presto sarebbe passata di moda (così molti scrissero), dall'altra la condanna senza appello per uno strumento che si temeva avrebbe danneggiato l'Italia. L'unica eccezione fu costituita da Pio XII che in una sua esortazione invitava a considerare i rischi ma anche le opportunità del nuovo *medium*.

Due modelli di Tv pedagogica

In quello stesso 1954 l'intero vertice della Rai cambiò. L'ex direttore dell'Ina-Casa, Filiberto Guala, divenne amministratore delegato. Uomo politicamente vicino ad Amintore Fanfani, Guala proveniva da una profonda esperienza nell'Azione Cattolica e da essa aveva mutuato l'attenzione alla persona e ai valori della crescita spirituale non disgiunti dalla promozione umana. Fu forse anche per questo che Guala seppe cogliere quelle opportunità offerte dalla televisione, che poteva diventare uno strumento per l'educazione di massa, per l'acculturazione popolare, per la crescita culturale e spirituale degli italiani. In questa prima tensione pedagogica – forse ingenua ma sicuramente genuina – vanno inquadrati alcuni "moralismi" di Guala che oggi fanno sorridere e che all'epoca scatenarono polemiche giornalistiche e politiche. Le polemiche certificavano, peraltro, l'importanza sociale della Tv: l'aveva già notato Italo Calvino che il 3 aprile del 1954 in un suo reportage sulla provincia italiana aveva evidenziato come la neonata televisione stesse già giocando un ruolo nella crescita culturale e persino politica degli italiani. Guala non voleva una Tv politicamente orientata: il suo impegno era diretto a "formare le coscienze" degli italiani, non a dirigere le loro scelte di voto. Ecco allora la scelta di uomini provenienti da diversi schieramenti politici ma che garantivano serietà, competenza e senso etico: non fu un caso la scelta di Vittorio Veltroni, un giornalista radiofonico con un curriculum di prim'ordine, alla direzione del telegiornale. E forse anche la nascita di *Lascia o raddoppia?* proveniva, almeno in parte, da una necessità pedagogica. Il telequiz, infatti, poteva porsi come elemento spettacolare e divertente per far conoscere nuovi argomenti, per promuovere le capacità culturali, per legittimare l'importanza dell'istruzione, anche quando questa era semplicemente nozionistica o mnemonica. Col telequiz – condotto da Mike Bongiorno e che ebbe fra i suoi primi registi anche Gianfranco Bettetini – si realizzava pienamente la triade "educare, informare, divertire" che la Rai di Guala aveva posto a propria *mission*, esattamente come John Reith l'aveva posta a scelta "politica" della sua Bbc.

La vicenda professionale di Guala, tuttavia, si chiuse presto: accerchiato da avversari interni e da ostilità politiche (anche nella stessa Dc), nel 1956 si dimise e fu sostituito da Marcello Rodinò, un uomo meno autonomo dal potere politico di quanto era stato Guala,

che nel frattempo scelse di farsi monaco. Il solco tracciato da Guala per una Tv capace di insegnare qualcosa agli italiani, comunque, era stato tracciato e così nel 1958 nacque *Telescuola*, il primo programma televisivo che consentiva – grazie ad appositi centri d'ascolto organizzati in collaborazione con il ministero della Pubblica istruzione – di conseguire il titolo di studio di base. Due anni dopo fu la volta di *Non è mai troppo tardi*, il celebre programma di alfabetizzazione primaria condotto dal maestro elementare Alberto Manzi. Non è casuale che la crescita culturale accompagnasse quella economica: sono gli anni del *boom* e la televisione punteggia la storia del Paese in tutti i suoi tratti. Nel 1957, per esempio, era nato *Carosello*, uno spazio pubblicitario che andava in onda dopo il telegiornale serale. Gli *sketch* (non si possono ancora chiamare spot nell'accezione che noi oggi diamo al termine) che lo componevano costituirono un'eccezionale palestra per registi, autori, sceneggiatori che poterono sperimentare nuovi linguaggi e nuovi codici espressivi. Ma *Carosello* fu anche il primo vero spartiacque nel palinsesto (i bambini andavano a dormire dopo *Carosello*) e, soprattutto, costituì uno straordinario strumento di legittimazione del consumo per una società che viveva ancora l'etica del risparmio.



Il giovane Mike di *Lascia o raddoppia?*

Il 1961 fu l'anno dei successi: per la prima volta, infatti, gli abbonati alla televisione superano il 50% delle famiglie italiane e il 4 novembre nacque anche il secondo canale. Fra i programmi spicca il successo di un altro telequiz, stavolta per ragazzi, quel *Chissà chi lo sa* che costituirà un'altra pietra miliare nella programmazione pedagogica di qualità della Rai. Il 1961, però, fu soprattutto l'anno in cui Ettore Bernabei divenne direttore generale dell'azienda. Con Bernabei, che sarebbe rimasto a dirigere la Rai fino al 1974, la televisione italiana cambiò radicalmente. All'interno ancora di una prospettiva pedagogica e didattica, Bernabei volle che la Rai acquisisse una dimensione industriale, che partecipasse a grandi co-produzioni internazionali, che si organizzasse al suo interno in funzione del prodotto e del pubblico. Progetto pedagogico, progetto politico (anche Bernabei veniva dall'area fanfaniana della Dc) e progetto di riassetto industriale si sovrapponevano: si trattò di una chiara e lungimirante strategia che ebbe molte luci (soprattutto nella sperimentazione di nuovi linguaggi) e qualche ombra (nel legame troppo stretto che l'informazione ebbe con la politica). *Studio Uno* fu l'emblema dell'innovazione: fondali bianchi, su cui si stagliavano

i protagonisti vestiti di nero, e attrezzature tecniche in vista, in uno spettacolare gioco di svelamento autoreferenziale. Allo stesso modo la vicenda di Enzo Biagi costituì il paradigma delle contraddizioni dell'epoca: voluto da Bernabei alla direzione del telegiornale, il giornalista si dimise quasi subito per le pressioni che ricevette dai palazzi della politica. Innovazione e continuità, come sempre.

Con Bernabei venne potenziato anche il Servizio opinioni che registrava il "gradimento" dei programmi da parte del pubblico attraverso sondaggi e interviste telefoniche. Si tratta di un fatto da non sottovalutare. Il potenziamento degli strumenti di rilevazione, infatti, evidenziava l'importanza che il pubblico aveva assunto per la dirigenza Rai. Non solo "oggetto" da educare, l'*audience* si avviava a diventare "soggetto" di scelta, anche se per avere una tv *audience oriented* (o, se si preferisce, *market oriented*) bisognerà aspettare la nascita della cosiddetta neotelevisione negli anni Ottanta. Non è un caso che per tutti gli anni Sessanta si susseguano prodotti di altissima qualità – soprattutto negli sceneggiati (la *fiction* dell'epoca) – che avranno ascolti eccezionali. È vero che le possibilità di scelta erano pressoché assenti, tuttavia i milioni di italiani che seguono *Mastro don Gesualdo* (di Giacomo Vaccari, con Enrico Maria Salerno), *La Cittadella* (di Anton Giulio Majano, con Alberto Lupo), *I miserabili* (di Sandro Bolchi) o il francese *Belfagor ovvero Il fantasma del Louvre* (di Claude Barma) non possono essere spiegati solo con l'assenza di alternative televisive. Per tutto il periodo nascono nuovi programmi che ibridano linguaggi, sviluppano nuovi generi (si pensi a *Specchio segreto* di Nanni Loy), cambiano lo stesso rapporto del pubblico con la tv. La società italiana e la televisione si specchiano sempre più l'una nell'altra, al punto che durante la crisi petrolifera del '73 sarà proprio la tv ad accompagnare le domeniche a piedi degli italiani con un nuovo genere – il contenitore – e a favorire il risparmio energetico con l'anticipazione degli orari di termine delle trasmissioni. Anche il Sessantotto, che pure costituisce un momento esplosivo e innovativo per la società italiana, mette sì in crisi la credibilità politica dell'informazione tv, ma non il modello televisivo.

La riforma del servizio pubblico

Non si capisce il clima in cui maturò la riforma della Rai del 1975 se non si considerano anche gli importanti fenomeni intorno alla radiofonia che agitano gli anni Settanta. Non è questa la sede per avviare un'analisi che avrebbe bisogno di un discorso a parte: resta il fatto che lo sviluppo delle radio libere e l'avvio della cosiddetta "stagione dei cento fiori" contribuì non poco alla delegittimazione del monopolio radio-tv. La sentenza della Corte costituzionale del 1974 – che dichiarava legittime le trasmissioni via cavo – favoriva un ripensamento anche giuridico del servizio pubblico e così si arrivava, dopo lunghe e complesse mediazioni politiche, alla riforma

del servizio pubblico radiotelevisivo. Punti qualificanti della nuova legge erano la separazione fra reti e testate, la nascita di tg programmaticamente differenti e l'istituzione di un consiglio d'amministrazione espressione proporzionale del Parlamento (e non più del Governo). Si trattava di una vera rivoluzione e la ripartizione dei "poteri" andava in direzione di una maggiore democrazia del sistema: il meccanismo, però, quasi subito perse la sua carica ideale e si trasformò in quella perversa pratica della "lottizzazione" contro cui, già nel 1977, Vittorio Citterich offrì le sue dimissioni.

Prosegue in quegli anni, tuttavia, la sperimentazione di linguaggio che anima almeno una parte della Rai, pungolata peraltro dall'emergenza delle prime piccole esperienze di tv private. Toccherà a Enzo Tortora segnare una pagina storica della tv italiana: con *Portobello*, infatti, s'inaugura un nuovo modo di fare la televisione che chiede al pubblico di partecipare al patto comunicativo, di diventare co-enunciatore. È ormai d'uso definire *Portobello* il "format dei format": in effetti quel programma conteneva molte delle intuizioni di genere che animeranno poi la neotelevisione e, in qualche modo, la anticipa e la prefigura. In questo periodo di grande sperimentazione arriva anche il "colore" che, comparso nel '77, si affermerà con i Mondiali di calcio dell'anno successivo. La vicenda del colore è paradossale: per oltre un decennio la politica italiana si era affannata in complesse polemiche non solo sugli standard (il francese Secam o il tedesco Pal?) ma persino sulla necessità "etica" della tv a colori! Il colore, secondo alcuni, avrebbe corrotto il costume degli italiani (come se i nostri occhi vedessero in bianco e nero...) e avrebbe minato l'importanza dell'industria automobilistica offrendo agli italiani una nuova fonte di spesa (il tv color, appunto). Un dibattito che, al di là della paradossalità dei toni, dimostra ancora una volta l'inestricabile connessione fra la politica e il *media system* in Italia. Il forte legame fra la tv e la società italiana verrà rinsaldato nelle giornate tragiche del rapimento e dell'assassinio di Aldo Moro. Attenta all'informazione, salda nei principi, la tv sarà vista come una sorta di baluardo democratico accrescendo non poco la sua credibilità. La legge di riforma del '75 prevedeva, fra l'altro, la nascita della Terza Rete: ancora una volta le vicende politiche ne impedirono una gestazione rapida. Bisognerà aspettare il 1979 per vederla, ma intanto stavano per arrivare novità dirimpenti.



Portobello, il "format dei format".

La neotelevisione

Una piccola rete di quartiere, *Tele Milano*, che trasmetteva solo a Milano2, diventa regionale con l'acquisto di due canali e trenta ripetitori. Artefice dell'iniziativa commerciale è Adriano Galliani, proprietario della piccola emittente un imprenditore edile: Silvio Berlusconi. Nello stesso periodo anche editori "tradizionali" come Rizzoli, Rusconi e Mondadori cercano di intraprendere la via della televisione e nasce anche il primo tg privato, *Contatto*, diretto da Maurizio Costanzo. Ma il fatto dirompente è un piccolo torneo per nazionali di calcio, il *Mundialito*, sui cui diritti si accende una violenta disputa fra la Rai (attraverso l'Eurovisione che offriva 750 mila dollari) e Berlusconi che si aggiudica la gara offrendo 900 mila dollari. Al di là dell'episodio, risolto poi con un compromesso fra le parti, la tv italiana scopre il mercato nella sua accezione più ampia e aggressiva. Da quel momento nulla sarà più come prima: la nascita di Canale 5 e poi lo sviluppo dell'impero multimediale Fininvest (ora Mediaset) con l'acquisto di *Italia 1* e *Retequattro*, la rapida discesa nell'agone commerciale da parte della Rai, la guerra commerciale per accaparrarsi le *stars* fra emittenti concorrenti, la titanica battaglia fra Rai e Fininvest che stritola tutti gli altri soggetti del mercato tv fino alla nascita del cosiddetto duopolio, tanto per citare alcuni casi. D'altra parte la concorrenza sviluppa le strategie di fidelizzazione dell'*audience*: il modello pedagogico della tv scompare a vantaggio di un modello commerciale in cui è il pubblico (o forse solo il suo simulacro) a diventare centrale. Il nuovo modello basato sulla concorrenza troverà anche un nome: sarà Umberto Eco a usare il termine "neotelevisione" ma spetterà a Francesco Casetti mettere l'accento, con estrema profondità, non solo sulla concorrenzialità ma anche sui nuovi linguaggi, i nuovi generi, i nuovi stili di fruizione televisiva. Attraversata con danni limitati la bufera della P2, la televisione italiana (ormai non più solo Rai) affronterà il decennio Ottanta accrescendo il suo pubblico e modificando i palinsesti (ormai verso il *no-stop* sulle 24 ore) che perderanno sempre più la loro caratteristica di griglia oraria per divenire l'interfaccia fra il *broadcaster* e la società. Anche i programmi di questa stagione (come il fortunato *Drive In*) saranno segnati dalla nuova complicità con lo spettatore. Il decennio si chiude con un tentativo di regolamentazione dell'incontrollabile mercato televisivo: la legge Mammi, tuttavia, non riesce a far altro che legittimare l'esistente anche se ottiene una razionalizzazione del *media system* nazionale. Con gli anni Novanta si apre l'era dei nuovi generi che trovano nella realtà (televisiva s'intende) la cifra distintiva. Dalla tv-verità si passerà alla *real-tv* fino al *reality* che segna l'evidente rottura delle cornici discorsive, la commistione fra il dentro e il fuori della tv, fra lo schermo e il pubblico. Ma questa è un'altra storia.

Michele Sorice

*Professore di Storia della radio e della televisione e di Media Research
presso l'Università "La Sapienza" di Roma*

