

Le idiozie della televisione

La televisione invade le case degli italiani e anche di altri paesi nel mondo, ma per i tanti brutti programmi che vengono trasmessi, non ci facciamo una bella figura.

l'ineffabile

E' in larga parte la televisione delle idiozie. Non c'è distinzione tra la televisione pubblica e quella privata, entrambe girano a pari merito, l'una è la copia dell'altra, tranne le rare eccezioni, che pure ci sono e che per onestà intellettuale è giusto ricordarlo. I palinsesti televisivi sembrano pensati da persone incapaci, invece no, a sentirli, nei tanti casi in cui parlano della loro televisione, durante le lunghe interviste, si presentano da professionisti di grande esperienza e di provata conoscenza televisiva, ai quali i più riservano lodi e complimenti smisurati. Prendiamo a caso i programmi ideati, guidati e pensati da Maria De Filippi, "Il Guru della televisione privata" "l'icona intoccabile" che può contare su un pubblico devoto di affezionati telespettatori che la seguono ciecamente. Infatti la Signora, regolarmente, settimana dopo settimana e anno dopo anno, manda in onda sulle reti Mediaset, dove in trasmissione è onnipresente, in qualità di arbitro super partes, ben tre programmi, di cui due giornalieri e due settimanali, un record assoluto. Uno preso a caso, che siamo spinti a commentare è "Uomini e Donne", quella per intenderci riservata alle persone più mature, in cerca dell'anima gemella. E' uno spettacolo patetico, perchè evidenzia le difficoltà di queste persone anziane, che sono là in mostra esposte al godimento del pubblico ludibrio. E' la legge dello spettacolo a tutti i costi, che trasforma queste persone



Maria De Filippi

in una caricatura di loro stessi, la cui identità è annullata dalla disputa temeraria e ridicola in cui si dibattono per conquistare l'improbabile amore di una o di uno dei pretendenti, nonostante la loro età veneranda. Perchè è necessario mettere in scena tutto questo? Ci verranno a dire che è il pubblico televisivo a volerlo e dietro a quel pubblico televisivo, che guarda questi spettacoli, c'è la pubblicità. Il raggiungimento dell'audience lo impone. Il pubblico televisivo è cambiato, rispetto a quello di cinquant'anni fa. Queste operazioni televisive non si fanno, certamente, per alleviare la solitudine degli anziani. ma perchè anche i vecchi, in quanto alcuni di questi signori lo sono veramente, fanno spettacolo e della loro immagine se ne possa ridere, allegramente. Insomma il bisogno di riderne è una fatalità, un male inevitabile.

Ovviamente il target televisivo non nasce per caso, ma scaturisce dalla mente pensante di autori d'assalto che volutamente puntando su questi aspetti paradossali del quotidiano, più

facilmente rappresentabili, raggiungono il gradimento del pubblico che è lo scopo principale che intendono raggiungere. Meglio partire dal basso, puntando sul consumatore, che è anche telespettatore di questo tipo di televisione, che vuole vedere rappresentata, sul piccolo schermo, la finzione che nella realtà della vita non riesce a realizzare. Con l'avvento delle televisioni private, il pubblico è diventato il protagonista di questi programmi. Questo fenomeno ha contaminato anche la RAI, che si è cimentata con un gran numero di programmi, alcuni storici come "Carramba che sorpresa" "I fatti Vostri" tuttora in onda, da oltre un ventennio e tanti altri che, via via, per fortuna, sono stati eliminati.

Come di recente è accaduto per, "X Factor" e "Art Accademy" alla ricerca di nuovi talenti. Nessun'altra novità si intravede all'orizzonte. Tutto è vecchio e scontato. Nonostante, a volte, si voglia far passare un programma per una novità, come lo dimostra la trasmissione che va in onda su RAI 1 il lunedì sera, con protagonista assoluto "Fiorello" che in uno show di barzellette, imitazioni e canzonette, sciorina una vagonata di idiozie, di cose già viste, che dovrebbero fare ridere, perchè all'indomani dell'evento televisivo, il giornalista Mollica, ne possa, come sempre, dire un gran bene.

E non finisce qui !