

## I programmi di Guardì e l'etero-televisione

di Maristella Panepinto

Etero-televisione: questo termine definisce, nello studio, le dinamiche televisive, che stanno caratterizzando la Tv dei nostri giorni. L'etero-televisione è costituita da quelle modalità di narrazione televisiva, caratterizzate dalla trasformazione di alcune delle istanze narrative, caratteristiche della Neo-Tv. L'affermazione parte dalla constatazione, tanto a livello stilistico, quanto contenutistico, che estetico-formale, di un cambiamento, graduale, nella maniera di intendere i programmi Tv. Se, infatti, è data come valida una distinzione tra Vetero e Neo-tv, dettata dai mutamenti interni ai testi e alla narrazione televisiva, non si può non affermare che dagli anni '80 (quando Eco ha esposto le sue considerazioni sulla Neo-tv), molte cose sono cambiate. Se la Neo-televisione, infatti, ha avuto come caratteristiche principali: l'autoreferenzialità, il linguaggio in prima persona, le modalità da tv-verità (che si sono esplicitati nella nascita di programmi cult, quali, come anticipato, *Un giorno in prestura*, *Chi l'ha visto*, *La vita in diretta*, *I fatti vostri*, *Uno mattina*<sup>1</sup> etc), l'enunciazione enunciata, con la fase televisiva successiva si verifica una sorta di estremizzazione, tanto nelle forme quanto nei contenuti. È come se, a partire dai primi anni del nuovo millennio, la televisione abbia portato alle estreme conseguenze tutte le forme narrative che l'avevano, fino a quel momento, caratterizzata. La Tv-verità, per esempio, cede il passo a quello che sarà il dilagante fenomeno dei reality show. Il passaggio, dall'una all'altra forma di narrazione televisiva, si realizza attraverso una mediazione estetica, che si può definire come la rappresentazione del *Carnevale televisivo*, in cui la normalità quotidiana insegue l'immagine di tipo televisivo, mediante un'identificazione con le icone e gli stili discorsivi, che si legano al prodotto nelle sue rappresentazioni ufficiali (Caprettini 1996). "Nel possibile parallelo tra Carnevale e televisione vediamo quest'ultima come la ripresentazione, via etere, della piazza mercantile e spettacolare, luogo speculare delle corti e poi dei salotti, dove le masse, riconquistate con un linguaggio popolare a un'illusionistica socialità, riprendono in mano il loro senso comune"<sup>2</sup>.

In questa logica si inserisce anche una concezione della tv intesa come piazza (da lì è rintracciabile un riferimento al programma di Guardì, *I Fatti vostri*, poi *Piazza Grande*, che anticipa i tempi, proponendo questo modello già a inizio anni '90, per lanciare quello che sarà un nuovo trend della testualità televisiva, post neo-televisione). "Non parliamo delle feste e delle sfilate carnevalesche, che punteggiano il folklore turistico, ma di quella piazza universale di tutte le scene che è la televisione"<sup>3</sup>. Da Guardì in poi, infatti, nasce un nuovo modo di valorizzare la realtà della piazza, insieme alla vita di provincia. Alla *Vita in diretta*, per esempio, diventano comunissimi i collegamenti con

<sup>1</sup> Cfr. Menduni, 2002, *Televisione e società italiana...* Milano, Bompiani, cap 2

<sup>2</sup> Cfr. Caprettini, *La scatola parlante*, op. già citata pp 6

<sup>3</sup> Cfr. Caprettini, *La scatola parlante*, op. già citata, p. 7

piccoli centri italiani, lo stesso dicasi per l'edizione di *Domenica In* 1991-92, in cui la prima parte della trasmissione è fatta, interamente, da giochi, che vedono quali protagonisti la gente comune, inserita nel proprio contesto provinciale (ogni settimana si affrontavano due concorrenti, supportati dai loro comuni di residenza). Questa nuova fase della televisione è estremamente orientata verso il telespettatore, ma non in maniera pedagogica (come era stato per la Vetero-tv), né tantomeno partitica (Neo-televisione), quanto piuttosto in un'ottica che potrebbe definirsi "protagonistica". Lo spettatore dell' "Etero-televisione" è protagonista assoluto, inserito nel testo e assume questo ruolo senza dover acquisire le competenze, che erano state necessarie, fino a quel momento, per fare televisione. La neo-tv, sebbene fosse orientata alla popolarità, manteneva i suoi standard di esposizione. A fare la televisione, infatti, erano, sempre e comunque, i personaggi della tv. Il telespettatore aveva sì uno spazio molto più ampio rispetto al passato, ma limitato al ruolo di ospite o, come nella Tv-verità, allo status di protagonista, ma non decontestualizzato dal suo ambiente (per es. *Un giorno in pretura* è la ripresa, senza filtri testuali, di un processo penale). Nell'etero-televisione prende piede il modello americano del *Big Brother*, quello che in Italia diventerà un format dilagante, la cosiddetta tv "Alla Grande fratello". La reality mania delinea un nuovo modo di fare televisione. Questa modalità ha inizio nel settembre del 2000 quando su Mediaset va in onda la prima edizione del *Grande Fratello*. Dieci concorrenti sono "reclusi" in una casa, allestita negli studios di Cinecittà, e devono contendersi un montepremi di 500.000.000 di vecchie lire. Il gioco consiste nel resistere più a lungo alla reclusione, accattivandosi, da un lato le simpatie dei coinquilini, dall'altro quelle del pubblico dei telespettatori. Il format, nuovissimo per la tv italiana, registra un boom di ascolti, che si consolida puntata dopo puntata. Nel panorama culturale del mainstream italiano si legittima il culto del voyeurismo. Non occorre, infatti, scandagliare troppo nella programmazione della tv italiana, per scoprire che i reality show si sono sempre fatti (su tutti, il *Festival di Sanremo*<sup>4</sup> è definibile come il primo reality nella storia della tv italiana – per la prima volta, in tv, si possono conoscere vizi e virtù dei personaggi noti, allora icone di perfezione e inviolabilità. Le telecamere della Rai si addentrano nelle camere d'albergo della Riviera e svelano piccoli e grandi altarini dei simboli della musica nazionale popolare).

Nel passaggio dalla Neo alla Etero- televisione è fondamentale la rinnovata concezione della tv, intesa come binocolo, grazie al quale poter scoprire tutti i particolari più intimi, che il tubo catodico, fino al 2000 (prima edizione del Grande Fratello) era abituato a mantenere celati. La mentalità del telespettatore medio, infatti, fino al *Big Brother*, era abituata all'intimità quotidiana falsata dalla mediazione filmica, piuttosto che pubblicitaria. L'impatto con il quotidiano della gente comune, senza il filtro della fiction, rappresenta la vera innovazione di questa nuova fase della televisione. Il telespettatore può vedere la vita del suo potenziale vicino di casa direttamente in tv, senza compiere nulla di illecito e senza dover nascondere una diffusissima curiosità del volersi fare i fatti degli altri.

In questa nuova concezione del fare televisione, che nel giro di un anno (dal 2000 al 2001) ha invaso, letteralmente, i sei canali della tv generalista, è bene collocare anche i programmi di Guardì, rimasti, sempre e comunque, fedeli alla loro identità originaria.

---

<sup>4</sup> Cfr. Panepinto M, *Analisi semiotica del Festival di Sanremo*, tesi di laurea, 2006, biblioteca Scienze della Comunicazione, Università di Palermo

Se, infatti, la maggior parte dei format tende a "spalmarsi" di reality (come ha affermato Michele Santoro nella trasmissione di Fazio "*Che tempo che fa*"), i due programmi di Guardì prendono una posizione precisa, snobbando questa nuova concezione di creare, in tv, nuovi, ma generalizzati, effetti di senso. Tanto a *Piazza Grande*, quanto a *In Famiglia*, si tende a rimanere fedeli a una tipologia di contenuti, che hanno, da sempre, caratterizzato la storia di queste due trasmissioni. Anzi, in controtendenza con la tv da reality (che mette in scena ogni cosa, senza filtri: sesso, litigate, dolore) la trasmissione *I Fatti vostri*, che ha cambiato il nome in *Piazza Grande*, affievolisce la sua maniera di essere Tv del dolore. La caratteristica di questo programma è quella di entrare, con garbo, nelle case dei telespettatori, offrendo un intrattenimento simpatico, ma non eccessivo, infarcito, ma non caricato, di spunti per la riflessione più seria. Tutti gli elementi di questo testo televisivo hanno sempre avuto un leitmotiv, che li ha accompagnati. Su tutto il tema della piazza, che si è figurativizzato in molteplici elementi: le scenografie, i contenuti (gli argomenti, nel testo, sono stati distribuiti nella modalità della chiacchierata tra amici - al bar, in edicola, davanti al municipio), i ritmi della narrazione. La piazza, in particolare, persegue quella che, semioticamente, è definibile come *estetica del vintage*, cioè la trasposizione, in un contesto moderno, di alcuni elementi, mutuati da testi "antichi". Da qui arriva l'immagine scenica della piazza, che è sì ambientata nei giorni nostri, ma che non manca di particolari richiami al passato, alla tradizione della provincia italiana di una volta. Lo stesso gioco del camioncino richiama uno scorcio della Sicilia di un tempo, quando arrivavano nelle piazze dei paesini degli avventori, che intrattenevano gli astanti con piccole lotterie, dove la fortuna si mescolava all'abilità oratoria. La popolarità ha sempre fatto da sfondo alle intenzioni comunicative del programma di Guardì, costituendo il suo effetto di senso principale: fare una tv per la gente comune, dove il telespettatore non sia solo destinatario simbolico, ma anche protagonista empirico, iscritto nel testo. Da qui la necessità di portare in piazza la gente comune, che racconta vicende personali, dallo sfondo differente, ma caratterizzate dalla veridicità, confermata da prove empiriche di fattualità. A esplorare il vasto panorama di coloro che popolano la piazza è un attore del testo, il conduttore, che, utilizza un linguaggio schietto, ma non invadente. Se, infatti, nelle prime edizioni de *I fatti vostri* (in particolare in quella condotta da Alberto Castagna) si faceva un grosso investimento patemico, centrato sul ruolo delle passioni, da un po' di anni a questa parte, questa caratteristica si è affievolita, per cedere il passo a un linguaggio e a una prossemica - conduttore/ospite - decisamente più soft in termini di incidenza passionale ed emotiva. Un ruolo fondamentale, nella gestione del testo, l'ha sempre avuto il Comitato - Michele Guardì.

Il Comitato<sup>5</sup> è una figura quasi eterea, di cui si sente la voce, ma di cui ben poco si conosce quanto alla fisicità, ai tratti somatici. È una sorta di arbitro-deus ex machina- supervisore - padrone di casa - despota e chi più ne ha più ne metta. Per definire il ruolo di Guardì, all'interno delle sue trasmissioni, non basterebbero gli aggettivi, tanto più che la sua funzione testuale è talmente variegata e complessa, che bisognerebbe costruirgli un ruolo narrativo ad hoc. Indubbiamente *Piazza e grande* e *In famiglia* non sarebbero quel che sono senza la figura, onnipresente, del Comitato e del Condominio. Guardì rappresenta il principale effetto di senso dei suoi programmi, nella misura in cui definirlo, semplicemente, destinante manipolatore e sanzionatore

---

<sup>5</sup> Cfr. Lupi-Macale, *Il comitato sai che fa?*, 1999, Roma, Gino Glaz

sarebbe riduttivo. È lui, infatti, che rende popolari e popolanizzanti i suoi testi, trasmettendo queste istanze di significazione agli altri attori del testo.

L'attante Guardì è caratterizzato da una modalità dell'essere, che, a livello superficiale, si tematizza come spiccata tendenza al regionalismo, in genere, e alla sicilianità in particolare (questa osservazione vale anche sul profilo plastico delle categorie superficiali della generazione del senso. Le scenografie dei programmi di Guardì, infatti, hanno un iconismo caratteristico, costituito da riconoscibilissimi tratti, da cui si può evincere l'effetto di senso campanilista, a cui facevo cenno in precedenza). Questa sua maniera di vivere l'appartenenza provinciale, però, non appare esclusivamente limitata all'interno dei confini regionali, ma si presenta, piuttosto, come espressione di tutte le province possibili, di tutti gli spaccati che l'Italia, nella sua varietà culturale e territoriale, riesce a contenere. *Piazza Grande* è l'insieme delle possibili piazze, che si possono incontrare su e giù dalla penisola.



Fig.1 Scorcio della scenografia di Piazza Grande. Sullo sfondo si vede un particolare di una riproduzione fotografica della chiesa barocca di San Giuseppe, che si trova a Casteltermini il paese d'origine di Michele Guardì. La scelta dell'edificio sacro, a detta dello stesso Guardì, non è casuale, ma risponde al tentativo del regista di portare nei suoi testi televisivi la provincialità e l'anima popolare, caratteristica del Sud Italia.

La stessa scenografia del programma, Mimma Aliffi, ha affermato che per realizzare l'attuale scenografia del programma, non si è ispirata, di concerto con Guardì, a una piazza siciliana, ma alla più tipica delle piazze italiane. Il Comitato crea nel suo

telespettatore ideale un effetto di senso ben preciso, che è quello della familiarità. Inserendo queste asserzioni nel più generale contesto dell'etero-televisione, si potrebbe, per certi versi, affermare che i programmi di Guardì siano stati precursori dell'attuale tv, che vede nella rappresentazione assoluta della realtà il suo nucleo centrale. Occorre, tuttavia, precisare che i programmi di Guardì sono reality tv nella misura in cui parlano della gente comune, esplorandone la quotidianità, raccontandone le emozioni più intime, scavandone, talvolta, il dolore. Non si deve, tuttavia, dimenticare, che nei testi televisivi di Guardì ci sono sempre dei filtri, che fanno sì, che il format da "reality" non diventi messa in scena grottesca, eccessiva e spasmodica del quotidiano. Su tutti c'è la mediazione del conduttore *tout court*, che scandisce, rigorosamente, i ritmi e i tempi della narrazione e che gestisce il pathos delle interviste, facendo in modo che queste non diventino mai troppo intimiste (nella tradizione del programma il ruolo del conduttore è sempre stato rivestito da personaggi cult della conduzione televisiva – Magalli, Frizzi, Castagna ). Altro filtro, fondamentale sono le istanze linguistiche, poste in essere dal Comitato. Il linguaggio di Guardì è semplice, diretto, educato e ha un timbro, sì autoritario, ma quasi affettuoso, talvolta sentimentale (nelle edizioni di inizio millennio, infatti, Guardì, tanto a *Piazza Grande*, quanto a *In Famiglia*, si concedeva degli amarcord musicali, aggiungendo la sua voce a quella dei coristi e intercalando, nella narrazione, alcuni spaccati di vissuto, più o meno personali, legati all'infanzia e alla gioventù siciliana).

I due programmi di Guardì sono etero-televisivi nella misura in cui inscrivono, totalmente, il telespettatore nella narrazione. Sono altra cosa, però, rispetto ai modelli più diffusi di etero-televisione, che vedono nell'estremizzazione del voyeurismo e nell'idolatria dell'effetto realtà le loro caratteristiche principali. L'etero-televisione che potrebbe iniziare a rappresentare l'attuale tendenza stilistica della Tv ha due punti di riferimento. Da un lato c'è la televisione alla «Grande Fratello», che è diventata modello per tutti quei testi televisivi, di Rai o di Mediaset, il cui format di riferimento è il reality alla «Big Brother», calato in tutti i contesti possibili, dal reality, inteso in senso comune (*Isola dei Famosi*, *la Fattoria*), fino al varietà (*Ballando con le stelle*), al talk show (*L'Italia sul Due*) per arrivare ai media events (*Festival di Sanremo* edizioni di Bonolis e di Panariello). Dall'altro lato c'è l'etero-televisione "alla Guardì", che è fatta di format dove il telespettatore è sì al centro della narrazione, ma non è mai decontestualizzato da uno spazio propriamente televisivo. Il telespettatore è dentro alla tv, è protagonista della testualità (a *Piazza Grande* la fanno da padrone i racconti, fatti dalla gente comune. A *In famiglia* protagonista è la provincia, con tutti i "tipi", che la caratterizzano) che però rimane altro rispetto alla vita del destinatario del testo televisivo. Guardì realizza dei testi in cui, pur essendo presente un forte effetto di significazione incentrato sulla realtà e sull'umanizzazione della narrazione, è sempre ben presente il ruolo della televisione, come entità narrativa, che fa da cornice (contesto) a tutti i personaggi, che vi si muovono all'interno. Quale delle due modalità di etero-televisione dovrebbe essere presa come modello di riferimento? La soluzione al quesito non è facile né immediata. Indubbiamente i dati Auditel possono rappresentare un buon punto di riferimento: tanto *Mezzogiorno In Famiglia*, quanto *Piazza Grande* hanno chiuso bene la stagione, rispettivamente con un globale di share del 13.8% il programma feriale e con il 10.8% la striscia del week end<sup>6</sup>. I reality, invece, hanno perso, basti pensare all'ultima edizione dell'*Isola dei Famosi*, che pur

<sup>6</sup> Riferimento dati Auditel [ww.audirai.rai.it](http://www.audirai.rai.it)



avendo battuto la concorrenza, ha perso 6 punti percentuali di share, di media, rispetto all'edizione dello scorso anno.

### Riferimenti bibliografici

Bettetini G, P. Braga, A. Fumagalli (a cura di), 2004, *Le logiche della televisione*, Milano, Franco Angeli

Caprettini, GP, 2001, *La scatola parlante*, Roma, Editori Riuniti

Grasso, Aldo, 1996, *Garzantina della televisione*, Milano, Garzanti

Greimas, Algirdas J., 1996, *Sémiotique des passions: Des étas des choses aux états d'âmes*, Seuil, Paris ; trad. it. *Semiotica delle passioni*.

Lupi T-MacaleL, 1999, *Il comitato sai che fa?*, Roma, Gino Glaz

Pardo, Denise, "2006 fuga dalla tv", in «L'Espresso», del 16/03/06

Pozzato, Maria Pia,

1992, *Dal "gentile pubblico" all'Auditel. Quarant'anni di rappresentazione televisiva dello spettatore*, Roma, Nuova Eri

1995, *Lo spettatore senza qualità. Competenze e modelli di pubblico rappresentati in televisione*, Roma, Nuova Eri

Traini, Stefano, 2006, *Le due vie della semiotica*, Milano, Bompiani