



TEKNOTRE

Istituto di Cultura

V. P.ssa Clotilde 95/A-10144 TORINO

Tel./Fax 011.4376565

www.teknotre.org - email: info@teknotre.org

APPUNTI DI STORIA DELLA TV

2018/2019

A cura di Federico Repetto

1a LEZIONE

Questa dispensa contiene

- 1) il testo sulla "paleotelevisione" che avrei dovuto sviluppare a voce, ma che in parte ho trascurato per presentare il senso del corso (la prossima volta prometto che seguirò una scaletta precisa), con alcune indicazioni **evidenziate** su vecchi programmi da vedere su youtube (d'ora in più ne vedremo un paio insieme)
- 2) alcune considerazioni sulle specificità della cultura italiana dopo l'unificazione
- 3) alcuni passi dell'ironica e gustosa "Fenomenologia di Mike Bongiorno" di Umberto Eco, che vi consiglio di leggere o rileggere,

La "paleotelevisione" in Europa e in Italia

Finita la seconda guerra mondiale, nella seconda metà degli anni '40 comincia a diffondersi la tv, partendo dagli USA. Nel 1960 nel mondo ci saranno 265 milioni di televisori: il nuovo medium nel periodo 1950-1960 si è diffuso quanto la radio in trent'anni. Come la radio, anche la tv in America nasce **privata e concorrenziale** e in breve diventa un sistema oligopolistico a concorrenza limitata, mentre in Europa è subito **servizio pubblico**.

Questo vale anche per l'Italia, che però ha un notevole ritardo sugli Stati Uniti e anche sull'Inghilterra. La RAI comincia ufficialmente le sue trasmissioni in bianco e nero per il complesso della penisola (benché molte aree non siano ancora servite) nel 1954, mentre già nel 1953 metà delle famiglie americane possiedono la tv. In Italia si raggiungerà il 49% solo nel 1965.

Da tempo la Chiesa Cattolica aveva capito l'importanza dei media. Essa, in effetti, già sotto il fascismo si era preoccupata di mettere insieme una rete di giornali cattolici e di cinema parrocchiali, e anche di assicurarsi una presenza continua sulla radio nazionale (con trasmissioni religiose).



TEKNOTRE
Istituto di Cultura

V. P.ssa Clotilde 95/A-10144 TORINO
Tel./Fax 011.4376565
www.teknotre.org - email: info@teknotre.org

Nel dopoguerra, la Democrazia Cristiana, d'intesa con la Chiesa, controlla la RAI e ottiene una sicura egemonia culturale sulla gente comune: liberalismo e marxismo hanno un grande peso nell'alta cultura, e la sinistra ha anche un certo peso nel cinema, ma la cultura popolare nel suo complesso è in mano ai cattolici, anche grazie alla radio - all'inizio il medium più popolare.

Chiesa e DC gestiscono dunque la **modernizzazione culturale**, cercando di rendere compatibile con la tradizione nazionale e cattolica il **modello consumistico americano**, che però tende a prender loro la mano (la maggior parte dei film che circolavano in Italia erano di produzione americana).

La RAI aveva il monopolio della radiodiffusione, sulla base dell'idea della **radio come servizio pubblico**. Essa era saldamente nelle mani del governo e della DC, partito di maggioranza relativa, e riusciva a sottrarsi al controllo del Parlamento, dato che l'apposito Comitato Parlamentare di Vigilanza non aveva effettivi poteri.

La RAI agiva secondo un progetto globale - politico, culturale ed educativo. Il suo scopo era quello di aggregare l'intera nazione intorno a valori condivisi - comunque di ispirazione cattolica. In orario mattutino *La radio per le scuole* costituiva un aiuto per l'insegnante, particolarmente utile in situazioni di isolamento territoriale, di carenza di testi, di uso prevalente del dialetto. Più tardi la trasmissione tv *Non è mai troppo tardi* contribuì alla lotta contro l'analfabetismo. Nello stesso spirito pedagogico, la RAI produsse e trasmise in prima serata *sceneggiati televisivi* ispirati a grandi opere letterarie italiane e straniere. Frequente era anche il teatro. Numerosi i documentari storici.

Questa prima fase della tv italiana (durata fin quasi agli anni ottanta) è stata chiamata da Eco "**paleotelevisione**", in contrasto con la successiva "**neotelevisione**", oggi ormai vecchia e decrepita. La paleo-tv era fruita in modo ancora simile a quello del cinema e del teatro, cioè come **spettacolo da scegliere coscientemente, dedicandogli tutta l'attenzione** (allora era ancora la radio, e non la tv, ad essere seguita più o meno distrattamente in tutto l'arco della giornata dalle persone sole). In effetti all'inizio le trasmissioni duravano solo poche ore su di un unico canale (il secondo canale nasce nel 1962) e i moltissimi che non avevano la tv la potevano guardare solo nei bar o presso amici, per cui essa costituiva **un'occasione di socializzazione**.

La presenza della **pubblicità** era molto ridotta - alle origini una **decina di minuti** al giorno su di una programmazione di una decina di ore - e in tv non esistevano le sponsorizzazioni. Inoltre era sottoposta ad un'attenta regolamentazione: nel mitico *Carosello* non si poteva mostrare sesso, adulterio, lusso eccessivo, oggetti superflui, non comparivano mai ambienti troppo lussuosi, troppo lontani da quelli conosciuti dalla piccola borghesia impiegatizia - la pubblicità non doveva creare troppi desideri né suscitare odio di classe. *Carosello*, contenitore all'inizio dell'intera pubblicità quotidiana, era introdotto da una musica e da un'animazione che ricordavano la nostra tradizione nazionale (chitarre, mandolini, maschere, città famose), una cornice che Gramsci avrebbe chiamato "nazionalpopolare". Nonostante i cartoni animati innovativi (come "**Miguel son mi**" o "**Carmencita**") e le trovate linguistiche di molti spot, va detto che molti altri erano nel solco della nostra tradizione cabarettistica o teatrale (da Macario - "**Il signor Veneranda**" - a Franco Volpi e Ernesto Calindri - "**Düra minga**"). Se avete nostalgia, trovate tutto facilmente su Youtube usando queste parole chiave.



TEKNOTRE
Istituto di Cultura

V. P.ssa Clotilde 95/A-10144 TORINO
Tel./Fax 011.4376565
www.teknotre.org - email: info@teknotre.org

Per fare della archeologia televisiva consiglio poi le parole chiave "Carosello 1957" e "Carosello anni 50")

Vi ricordo che il programma consisteva in una serie di storie o gag di due minuti, solo **alla fine delle quali era lecito parlare brevemente del prodotto reclamizzato**. Inoltre di fatto solo un limitato numero di grandissime aziende accedeva ad esso, a causa di costi elevati e liste di attesa.

È interessante anche l'evoluzione dei tg. Allora erano letti da speaker, e non da giornalisti; in essi **notizia e spettacolo, informazione ed emozione** non si confondevano: gli austeri speaker non guardavano certo il pubblico nel modo in cui lo faceva per esempio Lilly Gruber già trent'anni fa (autodefinitasi "la giornalista più telescopabile della tv"), né le notizie lette erano sempre accompagnate da filmati, e di solito la visione dei filmati stessi, dati i ritmi lenti della paleo-tv, non interferiva - come oggi - con la comprensione dei testi. Ricordo a tutti che le immagini per definizione non sono né vere né false: cioè che può esserlo è solo la loro didascalia, che indica giorno ed ora, luogo, prospettiva, ecc. Ciò che è vero o falso è solo il discorso umano articolato. La veterotelevisione non aveva ancora dato luogo a quel fenomeno di illusoria onniscienza dell'informazione attraverso le immagini che è una caratteristica della cultura successiva.

Voglio ricordare *Lascia o raddoppia*, presentato da Mike Bongiorno, che seppe diventare un evento nazionalpopolare socializzante e che riuniva gli italiani nei locali pubblici e in casa di amici. In esso si coniugava un certo riferimento all'America ad uno spirito tipicamente italiano (rappresentato dai concorrenti): l'arte di arrangiarsi, l'inventiva, la fiducia nel proprio fascino e la vanità esibizionistica. Cose che riappariranno massicciamente nella neotelevisione. o

Il testo precedente è tratto, con qualche adattamento, dal mio "Opinione pubblica, media e potere nel Novecento" (Loescher)

Come sappiamo, il Regno d'Italia, che esordì con una guerra civile durata diversi anni classificata come "brigantaggio", al suo nascere fu considerato come estraneo, se non addirittura straniero, da una percentuale elevatissima dei suoi abitanti (e non solo al Sud). Esso comunque manifestò fin da subito la volontà di dare un'educazione primaria alla gran massa rurale di analfabeti: i contadini costituivano la stragrande maggioranza della popolazione. Ma anche gli alfabetizzati parlavano normalmente dialetto, considerando l'italiano come la lingua del commercio (nell'ambito della penisola), del diritto e della cultura - dunque come una lingua veicolo e un segno di distinzione più che come un normale mezzo della comunicazione quotidiana.

Secondo le stime, la lingua italiana al momento dell'unificazione era parlata da una percentuale della popolazione tra il 2,5% e il 10%. Altre stime parlano di un 78% di analfabeti. L'Italia nel 1874 dichiarava ufficialmente (probabilmente sottovalutando il fenomeno) il 48% di analfabeti, contro il 15% dell'Inghilterra, l'8,7% degli Usa, il 2% della Germania, l'1% dei paesi scandinavi.



Inoltre il paese era spaccato in due, essendo il tasso di analfabetismo del Sud molto più elevato di quello del Nord – e lo restò sempre anche dopo l’inizio della politica nazionale di alfabetizzazione. Solo dopo la seconda guerra mondiale l’analfabetismo si riduce all’8% (1951), e il numero dei diplomati e dei laureati aumenta significativamente. Ma sarà solo la paleotelevisione, a partire dal 1954, che, vista in tutti i bar, in pochi anni stimolerà notevolmente l’uso popolare della lingua italiana, rendendola finalmente di universale comprensione¹.

La diffusione dei quotidiani era storicamente e resta anche oggi in coda rispetto ai paesi industrialmente avanzati e la loro lettura è appannaggio di una minoranza più istruita. La bassa qualità dell’istruzione, soprattutto nelle aree e nelle scuole disagiate, il peso dell’abbandono scolastico e l’analfabetismo di ritorno hanno inciso notevolmente e incidono anche adesso sul livello culturale della popolazione italiana. La nostra tradizione culturale, in gran parte letteraria, classicista, antitecnologica, ha sempre contribuito a rendere diffidente la gente comune nei confronti degli intellettuali. Lo stesso linguaggio della sinistra universitaria sessantottina non mancava di termini astrusi e di locuzioni sapienziali.

La paleotelevisione prima e la neotelevisione poi (diffusasi molto più capillarmente nelle case) si sono dunque inserite in un contesto ben diverso da quello dei paesi più avanzati, e hanno rappresentato il mezzo che finalmente apriva per i ceti meno colti una finestra sul mondo, che dava loro conoscenze che non avevano potuto avere attraverso la cultura scritta, e che permetteva loro di superare i complessi nei confronti di chi aveva un’istruzione formale. Su una situazione del genere avrebbe potuto far leva più facilmente il populismo televisivo. Situazione che viceversa non è immaginabile in Stati in cui i diplomati siano da molto tempo la grande maggioranza e in cui la lettura dei giornali sia da molto tempo radicata in vasti strati della popolazione².

La nostra situazione di pesante handicap storico nel settore della formazione e dell’informazione dei cittadini rispetto agli altri paesi avanzati (Francia, Europa centrale, Europa del Nord, Usa) in prima approssimazione si spiega con la presenza congiunta di tre fattori strutturali: una classe di proprietari fondiari che, in particolare al Sud, era contraria all’educazione dei contadini, l’influenza dominante della chiesa cattolica nei secoli e l’inefficienza amministrativa di una parte dei vecchi Stati della penisola (conseguenze importanti di questi tre fattori restano ancora oggi nell’Italia postindustriale). Di fronte a questa situazione desolante, lo Stato unitario centralista decise di incaricare i comuni del compito di impartire l’istruzione di base, col risultato che le aree meno sviluppate – quelle meridionali in testa – rimasero sempre di più indietro³.

Ciò che i comuni prima e poi lo Stato (che finì per assumersi l’onere della scuola elementare) non riuscirono a portare a termine, né in epoca liberale né

¹ Cfr. De Mauro 1970.

² Rimando per questi temi ai cap. 3 e 4 in R.2012 e, per la parte contemporanea, al citato Priulla 2011.

³ «Difficile reclutare i bambini per la scuola dove imperava la mafia dei feudatari, che in appelli ufficiali ai governi del regno deprecavano, senza pudore, la diffusione dell’istruzione, additandola come fonte di pericolo per l’ordine pubblico e per l’economia» (D’Amico 2010, p. 105). Sui vari temi dello sviluppo dell’istruzione a partire dall’unità in Italia e nelle sue diverse aree cfr. D’Amico, op. cit., Semeraro 1998, Scotto Di Luzio 2007, Forgacs 2000.



TEKNOTRE
Istituto di Cultura

V. P.ssa Clotilde 95/A-10144 TORINO
Tel./Fax 011.4376565
www.teknotre.org - email: info@teknotre.org

in epoca fascista, fu realizzato dalla televisione democristiana. Come si è detto, di fatto solo la televisione pubblica, che cominciò le sue emissioni nazionali nel 1954, riuscì finalmente ad unificare il linguaggio degli italiani all'inizio degli anni sessanta.

[Dal mio "Cultura pubblicitaria e berlusconismo", edizioni Aracne]

Umberto Eco:

La fenomenologia di Mike Bongiorno (da *Diario minimo*)

Il piccolo schermo fa entrare nel nostro salotto i divi, facendoli scendere dalle alte ribalte del teatro o del cinema. Diventano così personaggi familiari, vicini a noi. Mike Bongiorno ha mostrato di essere capace di reggere questo ruolo per cinquant'anni (anche se oggi le *teenagers* non gli tributano più l'amore isterico di cui si parla nell'ironico articolo di Eco che segue). Con lui la paleo-tv statale sembrò anticipare alcune caratteristiche delle neo-tv private, che per fare *audience* devono gratificare a tutti i costi lo spettatore (§24): Mike lo gratifica mostrandosi mediocre, e facendolo sentire un po' più intelligente di lui.

L'uomo circuito dai *mass media* è in fondo, fra tutti i suoi simili, il più rispettato: non gli si chiede mai di diventare che ciò che egli è già.

...Gli si chiede di diventare un uomo con il frigorifero e un televisore da 21 pollici, e cioè gli si chiede di rimanere com'è aggiungendo agli oggetti che possiede un frigorifero e un televisore; in compenso gli si propone come ideale Kirk Douglas o Superman. L'ideale del consumatore di *mass media* è un superuomo che egli non pretenderà mai di diventare, ma che si diletta a impersonare fantasticamente, come si indossa per alcuni minuti davanti a uno specchio un abito altrui...

...La TV [rispetto ad altri media] non offre, come ideale in cui immedesimarsi, *il superman* ma *l'everyman*. La TV presenta come ideale l'uomo assolutamente medio. A teatro Juliette Greco appare sul palcoscenico e subito crea un mito e fonda un culto... In TV appare a più riprese il volto magico di Juliette Greco, ma il mito non nasce neppure; l'idolo non è costei, ma l'annunciatrice, e tra le annunciatrici la più amata e famosa sarà proprio quella che rappresenta meglio i caratteri medi [...]

Il caso più vistoso di riduzione del *superman* all'*everyman* lo abbiamo in Italia nella figura di Mike Bongiorno e nella storia della sua fortuna. Idolatrato da milioni di persone, quest'uomo deve il suo successo al fatto che in ogni atto e in ogni parola del personaggio cui dà vita davanti alle telecamere traspare una mediocrità assoluta, unita (questa è l'unica virtù che egli possiede in grado eccedente) ad un fascino immediato e spontaneo spiegabile col fatto che in lui non si avverte nessuna costruzione o finzione scenica: sembra quasi che egli si venda per quello che è e che quello che è sia tale da non porre in stato di inferiorità nessuno spettatore, neppure il più sprovveduto. Lo spettatore vede glorificato e insignito ufficialmente di autorità nazionale il ritratto dei propri limiti...

Mike Bongiorno non è particolarmente bello, atletico, coraggioso, intelligente. Rappresenta, biologicamente parlando, un grado modesto di adattamento all'ambiente. L'amore isterico tributato dalle *teen-agers* va attribuito in parte al



complesso materno che egli è capace di risvegliare in una giovinetta, in parte alla prospettiva che egli lascia intravedere di un amante ideale, sottomesso e fragile, dolce e cortese.

Mike Bongiorno non si vergogna di essere ignorante e non prova il bisogno di istruirsi. Entra a contatto con le più vertiginose zone dello scibile e ne esce vergine e intatto, confortando le altrui naturali tendenze all'apatia e alla pigrizia mentale. Pone gran cura nel non impressionare lo spettatore, non solo mostrandosi all'oscuro dei fatti, ma altresì decisamente intenzionato a non apprendere nulla. In compenso Mike Bongiorno dimostra sincera e primitiva ammirazione per colui che sa. Di costui tuttavia mette in luce le qualità di applicazione manuale, la memoria, la metodologia ovvia ed elementare: si diventa colti leggendo molti libri e ritenendo quello che dicono. Non lo sfiora minimamente il sospetto di una funzione critica e creativa della cultura. Di essa ha un criterio meramente quantitativo. In tal senso (occorrendo, per essere colto, aver letto per molti anni molti libri) è naturale che l'uomo non predestinato rinunci a ogni tentativo.

Mike Bongiorno professa una stima e una fiducia illimitata verso l'esperto; un professore è un dotto; rappresenta la cultura autorizzata. E' il tecnico del ramo. Gli si demanda la questione, per competenza.

L'ammirazione per la cultura tuttavia sopraggiunge quando, in base alla cultura, si viene a guadagnare denaro. Allora si scopre che la cultura serve a qualcosa. L'uomo mediocre rifiuta di imparare ma si propone di far studiare il figlio.

...Mike Bongiorno anticipa ... sul concorrente, le impietose riflessioni che lo spettatore sarà portato a fare: "Chissà come sarà contento di tutti quei soldi, lei che è sempre vissuto con uno stipendio modesto! Ha mai avuto tanti soldi così tra le mani?"

Mike Bongiorno, come i bambini, conosce le persone per categorie e le appella con comica deferenza (il bambino dice: "Scusi, signora guardia ... ") usando tuttavia sempre la qualifica più volgare e corrente, spesso dispregiativa: "signor spazzino, signor contadino".

Mike Bongiorno accetta tutti i miti della società in cui vive: alla signora Balbiano d'Aramengo bacia la mano e dice che lo fa perché si tratta di una contessa (sic).

Oltre ai miti accetta della società le convenzioni. E' paterno e condiscendente con gli umili, deferente con le persone socialmente qualificate.

Elargendo denaro, è istintivamente portato a pensare, senza esprimerlo chiaramente, più in termini di elemosina che di guadagno. Mostra di credere che nella dialettica delle classi, l'unico mezzo di ascesa sia rappresentato dalla provvidenza (che può occasionalmente assumere il volto della Televisione).

Mike Bongiorno parla un *basic italian*. Il suo discorso realizza il massimo di semplicità. Abolisce i congiuntivi, le proposizioni subordinate, riesce quasi a rendere invisibile la dimensione sintassi. Evita i pronomi, ripetendo sempre per esteso il soggetto, impiega un numero stragrande di punti fermi. Non si avventura mai in incisi o parentesi, non usa espressioni ellittiche, non allude, utilizza solo metafore ormai assorbite dal lessico comune... Non è necessario fare alcuno sforzo per capirlo. Qualsiasi spettatore avverte che, all'occasione, egli potrebbe essere più facondo di lui. [...]

Mike Bongiorno è privo di senso dell'umorismo. Ride perché è contento della realtà, non perché sia capace di deformare la realtà. Gli sfugge la natura del paradosso; come gli viene proposto, lo ripete con aria divertita e scuote il capo, sottintendendo che l'interlocutore sia simpaticamente anormale; rifiuta di



TEKNOTRE
Istituto di Cultura

V. P.ssa Clotilde 95/A-10144 TORINO
Tel./Fax 011.4376565
www.teknotre.org - email: info@teknotre.org

sospettare che dietro il paradosso si nasconda una verità, comunque non lo considera come veicolo autorizzato di opinione...

Di tutte le domande possibili su di un argomento sceglie quella che verrebbe per prima in mente a chiunque e che una metà degli spettatori scarterebbe subito perché troppo banale: "Cosa vuol rappresentare quel quadro?" "Come mai si è scelto un hobby così diverso dal suo lavoro?" "Com'è che viene in mente di occuparsi di filosofia?"

Porta i *clichés* alle estreme conseguenze. Una ragazza educata dalle suore è virtuosa, una ragazza con le calze colorate e la coda di cavallo è "bruciata". Chiede alla prima se lei, che è una ragazza così per bene desidererebbe diventare come l'altra; fattogli notare che la contrapposizione è offensiva, consola la seconda ragazza mettendo in risalto la sua superiore fisica e umiliando l'educanda. ...

Mike Bongiorno gioisce sinceramente col vincitore perché onora il successo. Cortesemente disinteressato al perdente, si commuove se questi versa in gravi condizioni e si fa promotore di una gara di beneficenza, finita la quale si manifesta pago e ne convince il pubblico; indi trasvola ad altre cure confortato sull'esistenza del migliore dei mondi possibili. Egli ignora la dimensione tragica della vita.

Mike Bongiorno convince dunque il pubblico, con un esempio vivente e trionfante, del valore della mediocrità. Non provoca complessi di inferiorità pur offrendosi come idolo, e il pubblico lo ripaga, grato, amandolo...

Umberto Eco, *Diario minimo*