

# La banalità dell'auditel e la nostalgia del Toro

■ Piero Chiambretti

Dalle sperimentazioni con Guglielmi alla passione per la Torino granata (e per quel calcio senza la dittatura dei diritti). In pillole, i pensieri di un autore televisivo che si vanta di coniugare, con gusto, l'alto e il basso, l'ironia e la cultura.

*Auditel e tv intelligente.* È difficile fare una distinzione fra tv intelligente e tv dell'auditel. La televisione è una sola: ci sono tanti canali, fortunatamente anche tanti occhi, tante orecchie e, spesso, svariati gusti. Il problema è che il rilevamento dell'auditel produce un consenso fittizio, perché se le cinquemila famiglie sono realmente il Paese, allora siamo messi male; le cinquemila famiglie sono solo una piccola parte di una società molto più complessa. Probabilmente quello che noi consideriamo intelligente magari non lo è, e quello che consideriamo un programma popolare (e quindi idiota) forse è più intelligente di quello colto. Direi in una parola: tutto è relativo, almeno in tv.

*C'era un volta l'anomalia di Rai Tre.* Quando ho iniziato io, Rai Tre era una rete molto snob, inventata da un signore che veniva da mondi pure televisivi – perché Angelo Guglielmi, direttore di quella rete, era certamente un intellettuale ma aveva fatto tutta la gavetta all'interno del sistema radiotelevisivo di Stato: direttore, dirigente, responsabile del Centro produzione di Roma. Insomma, conosceva bene il meccanismo televisivo. Eppure, con una battuta, penso spesso che Guglielmi facesse un'ottima televisione perché non la conosceva; non

**Piero Chiambretti** è approdato in Rai nel 1984 dopo aver vinto il concorso nazionale per "Volti Nuovi" negli anni '80. Per la Rai conduce e partecipa ad alcuni programmi per ragazzi. Il suo apprendistato prosegue poi, fino al 1989, nel programma domenicale di Rai Tre *Va' pensiero*. I conduttori sono i "seriosi" Oliviero Beha e Andrea Barbato a cui "Pierino" fa da controcanto con una serie d'interviste semiserie, spesso spiazzanti per gli interlocutori. Ha condotto numerose trasmissioni tra cui *Il laureato*. Dall'autunno 2004 presenta *Markette*, su La7.

aveva freni inibitori, cosa che la maggior parte dei dirigenti della tv odierna ha. Quella stagione aveva tutto ciò che non ha quella di oggi.

*Il trionfo della volgarità.* La volgarità è dentro di noi, la volgarità è un modo di essere, un modo di pensare, di concepire un atteggiamento. Non può essere solo un peccato della tv, che in passato ha invece dimostrato il suo grande valore sociale. Alcuni decenni fa, è stata infatti un vero “Garibaldi mediatico”, ciò che ha unito l’Italia e ha dato un’unica lingua a questo Paese. Parlo della tv degli anni Cinquanta, quella ancora in bianco e nero, di Soldati e Zavattini. Oggi i valori che furono alla base di quella stagione sono stati assolutamente dimenticati, ed è un peccato, perché comunque la tv è una produzione continua di consensi, di atteggiamenti.

*Il rischio di sperimentare.* Non vedo in giro autori, produttori e dirigenti con una spiccata voglia di tentare nuove strade. L’atteggiamento di chi fa televisione oggi è diverso da quello con il quale abbiamo cominciato noi. E mi fa un po’ spavento parlare con un passato quasi remoto, io che ho cominciato a fare un genere di tv nell’87. È abbastanza evidente che l’atteggiamento che noi avevamo allora nasceva dall’osservazione di una tv precedente alla nostra, per così dire, un po’ democristiana, però autorale. I ragazzi di oggi partono dal Grande fratello, dai reality show, dove ti mangi lo scarafaggio per tornare in auge o ti meni in un ristorante.

*La fine della tv generalista.* Con la tv sta succedendo ciò che è già successo con l’avvento del telefono. Dopo ogni svolta tecnologica riemerge sempre una domanda: e adesso cosa ci diciamo? Ora abbiamo migliaia di canali televisivi a disposizione ma non sappiamo mai cosa vedere, e non ci soffermiamo mai più di un minuto sullo stesso programma.

*Tv e carta stampata.* Il proliferare di settimanali dedicati alla tv potrebbe essere un sintomo curioso. Come dire: se uno i programmi non li vede, almeno li legge. In realtà credo si tratti soprattutto di una guerra fra gruppi editoriali. La stampa ha sempre visto nella tv un grande nemico, perché negli anni le ha portato via grandi inserzionisti. La rincorsa affannosa dei giornali allo stile e ai palinsesti televisivi ha portato a inondare di pubblicazioni e di offerte il pubblico dei lettori.

*C’era una volta il laureato.* Con la realizzazione della trasmissione *Il laureato* ho cercato di rientrare in un ambiente che ho conosciuto

poco: l'università. Ero iscritto al Dams di Bologna ma ci ho fatto malamente tre anni. E comunque ho sempre rispettato il rigore, specialmente quello intellettuale. Per quanto riguarda gli studenti delle università, posso dire questo: da una parte erano straordinari, ma nello stesso tempo, davanti alla telecamera, diventavano pubblico televisivo e quindi si atteggiavano fino a sembrare molto simili a quelli che noi cercavamo di allontanare dal programma.

*Markette, l'ultima fatica.* *Markette* è anzitutto il modo di sopravvivere alla Rai. In secondo luogo è un programma che fa contenta La 7, e noi siamo contenti ancora di più, perché abbiamo scommesso su una trasmissione con un titolo così provocatorio, in una società così bacchettona. Non so quanti avrebbero mai condotto o firmato un programma con questo titolo. Credo che sia stato vincente, perché riesce a fare, con buon gusto, l'alto e il basso.

*Forza granata.* La speranza è l'ultima a morire. Il calcio di oggi non è quello di una volta, si è molto trasformato. Seguo il Torino anche perché mi ricorda quel calcio sofferente e mi riporta a quello sport leggendario che era il football. Oggi con Sky, digitale terrestre, anticipo, posticipo, prima e dopo partita, il calcio è davvero diventato un'altra cosa. Il Torino non è solo una passione ma anche un ricordo con decoder.