

Gian Paolo Caprettini

## REALITY SHOW(S)?

### Abstract

*In the media age, reality is an act of writing. This, however, does not consist in an author's writing a text addressed to some readers; rather, writing consists in a sort of almost anonymous "engraving" on the visual framework, an almost automatic writing that comes from the ether. Reality becomes the result of an agreement made through negotiation processes. Media have helped the access to reality precisely by including feedback in the process of the transmission of signals. Entertainment represents the core of television language, melting together sensations and perceptions, feelings and rational paths. The web makes reality wider and it denies its reliability. The web works in the background by attempting to show that the TV screen is pervaded by deceiving presences. In the same time, television wants to be thought as a medium conveying reality. All these remarks confirm that we are dealing with a recurring issue, namely: In the TV media, does anything exist that remains independent from the idea we build around it?*

### 1. Punti di partenza

Si può iniziare con alcune affermazioni (o ipotesi) che vorrei poi riprendere per arrivare, probabilmente, a conclusioni anche contraddittorie – e lasciare pertanto questioni ancora aperte.

1. *La realtà, nell'epoca dei media, è un atto di scrittura.* Non si tratta esattamente, però, della scrittura di un autore verso i suoi lettori ma, diciamo, di un'incisione quasi-anonima sul supporto visivo che si configura come una scrittura automatica pervenuta dall'etere, anche se inscritta sotto una testata giornalistica on line, con tanto di firma.

Si rende difficile distinguere tra realtà immediata e realtà mediata, tra esperienza sensoriale situata, diretta, e forme di rappresentazione, tra soggettività e intersoggettività. La scrittura, per parte sua, perde sia la sua corporeità, il suo carattere di "incisione" sia qualsiasi carattere di sacralità, di istituzionalità e, soprattutto nella Rete, produce la trasformazione di qualsiasi realtà in commento, prendendo i caratteri "analfabeti" dell'oralità di ritorno. Se la realtà è scrittura, la scrittura è diventata voce e, ancora, al leggere è andato sostituendosi il vedere.

Cercare nell'universo dello scrivere la risposta alla disgiunzione paradossale tra esperienza e media, significa riflettere sul fatto che l'atto di scrittura ha tradizionalmente in sé un aspetto ineliminabile di separatezza, isolamento che può sfociare nel solipsismo. Nei media e nella televisione, invece, dove si scrive lavorando soprattutto in team e/o

considerando il proprio apporto all'interno della filiera industriale di produzione, l'aspetto del "genio solitario" non è presente tanto dal lato dell'autore quanto piuttosto da quello dello spettatore, il quale vuole appunto godersi lo status di lettore, smarcandosi dal mondo, come se fosse il solo sulla scena della ricezione.

2. *La realtà è il risultato di un accordo*, di un patto, è all'insegna di una pratica di negoziazione. L'avvento dei media come facilitatori e acceleratori dell'accesso alla realtà ha prodotto l'inclusione del feedback nel processo di emissione dei segnali. I media non seminano nel vuoto ma lavorano contando sulla risposta, progettando e influenzando le reazioni del destinatario. In quanto spettatori, tuttavia, non ci attendiamo, come fossimo governati rispetto a governanti, l'accordo, il risultato "legislativo", perché la televisione e i media mettono in conto il disaccordo, anzi lo predispongono come arena vitale. I media hanno bisogno di una realtà instabile e dunque non funzionano come strumenti di comunicazione che supportano l'evidenza ma come sistemi nervosi impulsivi, i cui detentori ne alimentano e nello stesso tempo disciplinano il flusso.

Basta osservare gli studi televisivi dei talent show, dei reality show o dei talk show a contenuto politico per comprendere il ruolo più o meno attivo del pubblico in studio e, in particolare, il ruolo delle telecamere; queste si configurano come lo sguardo del telespettatore remoto e producono, nei presenti, stress psicologico e, al contrario, in chi si trova davanti allo schermo, sensazione di dominio della situazione. In tale quadro il ruolo del conduttore risulta come quello di chi orienta e modella l'accordo tra emissione e spettatore, selezionando gli elementi della realtà da rendere pertinenti nel flusso della trasmissione.

3. *La televisione non assomiglia a niente ma vuole sostituirsi all'esistente interpretandolo*. Interpretare, nel quadro del discorso televisivo (sullo schermo fisso o sui media mobili), significa sostanzialmente intrattenere, fondere – quando va bene - sensazioni e percezioni, elementi destrutturanti e processi intenzionali, tonalità dell'ambiente e percorsi espressivi razionali (cfr. Eugeni 2010, p.83).

Se la tv non può fare a meno dell'intrattenimento (anche quando non lo prende in considerazione), ciò significa che una quota ludico-spettacolare permarrà quale specifico televisivo, anche quando la realtà risulterebbe non particolarmente marcata in un senso o in un altro. Prendiamo i reality show, i quali intendono testimoniare, anche ossessivamente, lo svolgersi delle relazioni fra i concorrenti, sottolineando gli atteggiamenti di chi è coinvolto; in particolare, nei talent show si evidenzia un particolare psicodramma orchestrato dalla presenza di una giuria che salva e promuove oppure elimina seguendo dinamiche che tengono conto dei risultati delle performance, e così evidenziando l'aspetto ludico-spettacolare della realtà televisiva.

Tale aspetto si rafforza nel suo clima competitivo tenendo conto del televoto da casa che non soltanto dà al pubblico la possibilità di partecipare all'evento ma lo fornisce dell'arma di permettere o impedire il prosieguo della vicenda di un concorrente. Analogamente agiscono le richieste di valutazione concernenti le valutazioni dell'operato di qualcuno, ad es. dei calciatori nelle trasmissioni di commento alla domenica sportiva. All'opposto (apparentemente) sembra muoversi la richiesta di reazione da parte del pubblico mediante i sondaggi di contenuto sociopolitico: ma non bisogna credere che in questo caso si abbia una qualche rappresentazione dell'opinione pubblica – come se

quest'ultima si potesse tenere distinta e riservata soltanto per questioni elettorali, di costume, di gradimento o di sondaggio sui comportamenti. Sulla risposta ai sondaggi agisce potentemente il modello del voto in diretta negli show, e dunque la personalizzazione; d'altra parte negli show il voto contiene una certa quota di sentenziosità, di valutazione sulla persona che può anche essere caricata come si trattasse di un verdetto.

4. *La Rete reagisce attraverso i suoi utenti alla realtà dimostrandone l'inaffidabilità.* La Rete commenta, estende la realtà ma le nega attendibilità. La Rete svolge un processo dietro le quinte, tentando di dimostrare che esiste soltanto il backstage, e che sul palcoscenico si muovono unicamente apparenze ingannevoli. Opinioni senza realtà. La Rete è la nuova padrona platonica della caverna.

La distinzione fra conoscenza (es. Wikipedia), informazione (es. quotidiani on line) e relazione (es. i social network) tende a collassare privilegiando, soprattutto nelle nuove generazioni, il livello della relazione, anzi del contatto. Il contatto, preso in se stesso, personalizza eccessivamente l'uso del medium e si sostituisce alla complessità della realtà, riducendo quest'ultima alla messa in rete di reazioni emotive, sovente caricate di aggressività. L'esistente, in termini mediatici "classici", dovrebbe esistere prima, poi sarebbe competenza dei media renderlo noto. Avviene invece il contrario: sulla scena dell'esistente rimangono soltanto gamme di reazioni a fatti non pienamente accertati. Di qui la necessità, l'importanza di programmi che contengono inchieste: l'inchiesta, in effetti, alimenta il bisogno di un chiarimento dei fatti, l'istanza di un accesso "certificato" alla realtà, soprattutto a realtà sino ad allora oscure. In effetti, l'inchiesta non conferma fatti assodati, non suffraga il vissuto, non certifica né amplifica buoni risultati ma punta sulla scoperta di violazioni, abusi, illegalità.

5. *Tra lo svelamento televisivo e il "pedinamento":* quest'ultima tecnica, annunciata in Italia da Cesare Zavattini e attuata nel cinema neorealista, incontra uno speciale risultato nella documentazione giornalistico-televisiva di atti della vita. Siamo ai sessant'anni da *Amore in città* (1953) un film a episodi ideato da Zavattini – con il concorso di importanti registi dell'epoca – e antesignano in Italia tanto della candid camera alla Nanni Loy (ricordiamo il celebre episodio, girato in un bar di Milano nel 1965, della "zuppetta", attuata da un cliente che intinge la brioche nel cappuccino di un altro) quanto della stessa immagine televisiva. *Amore in città*, con le sue storie vere, con la sua realtà andata a recuperare nei fatti di cronaca, nella vita vissuta (come un giornalismo intrigante del genere del celebre *A sangue freddo* di Truman Capote, 1956) si trova in effetti a qualche mese dall'inizio delle trasmissioni tv in Italia e predispone all'idea che nulla possa essere tenuto nascosto o taciuto. Insorgono problemi di censura e auto-censura, poi di tutela del diritto d'autore e della persona, approdando al più recente tema della privacy: ora, la privacy è il vero territorio del tabù mediatico, lo spazio-tempo in cui la realtà è come sospesa perché non può essere rappresentata. In effetti, la ripresa in incognito è anche antesignana delle varie intercettazioni e mostra una propensione sì alla curiosità, alla infrazione della privacy, ma soprattutto allo "svelamento", tema caro all'estetica del secondo Novecento anche nelle arti.

## 2. *Punti di arrivo: esiste una realtà indipendente dai media?*

I media determinano sia la fine dell'oggettività, sia il relativismo dei singoli punti di vista. Si giunge a punti di vista concordati, negoziati, intersoggettivi a fronte di una disputa spesso polemica e inconcludente. La televisione alimenta quest'ultima, si nutre di scontri verbali ma ha bisogno di risultati oggettivi che, ad esempio nei reality show, rimanda continuamente – o delega, come si è visto, a giurie di esperti e pubblico, al fine ad esempio di mantenere o escludere i concorrenti, quasi ponesse dei limiti al diritto di cittadinanza dei suoi “personaggi” convocati sullo schermo.

In questo senso la televisione attua un atto di scrittura, esprime una produzione testuale che non fa discendere la realtà da una gamma di punti di vista perché rifugge dalla sintesi, dovendo per sua convenienza lasciare indeterminata la risoluzione dei problemi. Ma tutto ciò non per una sua mancanza o perversione o inadempienza (se si escludono i formali contratti con l'utente di stampo BBC) ma al contrario proprio per il suo compito strutturale: mediatico e non strettamente politico, mediatico sì ma non di mediazione.

La realtà, abbiamo detto, è un atto di scrittura. Leggiamo alcuni passaggi della autobiografia di Stephen King e non possiamo fare a meno di notare, se li riportiamo alla sfera televisiva, analogie e contrapposizioni che sembrano fondersi. La televisione come finestra aperta sul mondo entra in realtà nella stanza dello spettatore come un atto di scrittura involontaria che lo spettatore compie quasi fosse (messo nelle condizioni di credere di essere) lui stesso a scrivere quello che vede: orizzonti di una illusione di tipo onirico quando al sognatore pare di aver scritto lui il sogno – ma di quel sogno non ricorda più niente, perché la realtà della veglia sembra non aver nulla a che fare con quei “viaggi” notturni, con quegli incontri (spettacoli) strampalati.

Scrivono King: «Eccovi nella vostra stanza con le persiane serrate, la porta chiusa e il telefono staccato. Avete fatto saltare in aria il televisore e vi siete impegnati a scrivere mille parole al giorno, a qualunque costo. Ora viene l'interrogativo chiave: di che cosa scriveremo? E l'altrettanto fondamentale risposta: di qualunque cosa avremo voglia. Assolutamente qualsiasi cosa... *se diremo la verità*. Il comandamento che vige nei corsi di scrittura era di solito: “Scrivete ciò che sapete”. Niente da ridire, ma se voleste scrivere di astronavi che esplorano altri pianeti o di un uomo che ha ucciso la moglie e cerca di farne scomparire il cadavere con un tritarifiuti? Come fa lo scrittore a rendere compatibili progetti fantasiosi come questi con “scrivi quello che sai”?» (p. 155): e poi «Io sono dopotutto non solo il creatore del romanzo, ma il suo primo lettore» (p. 191).

E andiamo al ribaltamento televisivo: io non sono il vero spettatore, non sono lo spettatore della verità ma sto contribuendo a crearla visto che mi si chiede non di osservarla ma di interpretarla, cioè di vederla con gli occhi di un altro o di altri.

Ancora le riflessioni letterarie-romanzesche ci possono soccorrere. Thomas Mann, in una sua lezione su *La montagna incantata* tenuta a Princeton nel 1939, sosteneva che la sua storia è «storia di un incremento in se stessa, in quanto storia e racconto. Procede bensì coi mezzi del romanzo realistico, ma non è tale, va di continuo oltre il reale, poiché lo potenzia a simbolo e ne fa trasparire il lato spirituale e ideale. Lo fa già nel modo di trattare i personaggi che [...] danno l'impressione di essere più di quanto non paiano:

sono tutti esponenti, rappresentanti e messaggeri di territori, principi e mondi spirituali. Spero che non siano per questo ombre e allegorie ambulanti» (p. 686).

Rimbalza la notazione di Percy Lubbock: «Ritengo che, nel mestiere della narrativa, l'intero e complesso problema del metodo sia governato dal problema del punto di vista – il problema del rapporto tra il narratore e la storia. In primo luogo, la racconta come *egli* la vede; il lettore sta davanti al narratore e ascolta, e la storia può essere raccontata così vivacemente che viene dimenticata la presenza del menestrello e la scena diventa visibile, popolata dai personaggi del racconto» (p. 177); poi Lubbock si sofferma sulla possibile presenza del narratore all'interno della sua storia ed elabora una delle molte classificazioni del punto di vista e dei suoi ruoli diegetici (focalizzazioni) con la maggiore o minore possibilità che ha il lettore di entrare nella mente dei personaggi.

Qui vorremmo semplicemente notare che è necessario fare emergere il ruolo plurimo dello spettatore televisivo come lettore alle prese con una realtà rappresentata, il quale, ad esempio, nel caso di programmi con un conduttore, ha davanti a sé, presente e attivo, il narratore. Sull'orizzonte, permanente, l'avvicinarsi, anzi il convivere, di realtà e finzione. Scrive Jost che la finzione e la realtà – nelle espressioni mediatiche – «non si contrappongono [...] come due blocchi impermeabili, ma come due territori collegati da luoghi di frontiera dove avviene lo scambio di procedimenti provenienti dall'uno o dall'altro» (p.106). Si tratta degli *indici di funzionalizzazione*: lo spettatore deve impadronirsi, attraverso la sua attività pratica di consumo, di tutta una serie di segnali di passaggio dal mondo reale a quello finzionale, e dalla sua capacità di riconoscimento dipende la indispensabile distinzione – ontologica e/o funzionale – sia di porzioni appartenenti a un mondo o all'altro, sia di pratiche discorsive che attengano alla simulazione ovvero alla testimonianza.

L'esplicitazione di queste pratiche è totale, ad esempio, nelle trasmissioni di cucina, dove è costante il confronto (anche implicito) tra una pratica reale, quella dislocata nel territorio domestico, e una pratica simulata – e pedagogica –, quella dislocata nello spazio dello studio. Altra funzionalità si misura poi quando il territorio di dimostrazione è invece un ristorante, per cui evidentemente si può transitare in un mondo reale ma remoto e dunque in una sorta di “reality show” della vita (cucina) quotidiana elevata al rango di vita (cucina) di alto livello.

Questo lavoro di svelamento dell'incantesimo televisivo – il suo uso potentemente retorico della “situazione” – è quindi compiuto in format che abbiano un aspetto ludico perché evidentemente è in un ambito meta-linguistico, di gioco esplicitato, che la promessa di un mondo non è mai da intendere come un rispecchiamento nevrotico ma come un “tendere a”: soltanto nella misura in cui sappiamo che non riusciremo a realizzare un piatto perfettamente identico a quello dello chef possiamo apprezzare il coinvolgimento, l'attenzione e l'apprendimento che ci viene richiesto.

È di conseguenza nell'ambito di un “elogio dell'imperfezione” (titolo di un sapiente libro di Rita Levi Montalcini) che si può amministrare la distinzione tra conoscenza e credenza e quella tra lo show e la realtà da assumere come domini interconnessi, dotati di frontiere.

In conclusione, la realtà mostra? Mi concedo un ritorno a un vecchio amore semiotico, Charles S. Peirce, e alla sua idea di *feeling*. Esiste qualcosa di indipendente dal

pensiero che se ne può avere? Il mondo dei media, la realtà dei reality “mostra” non tanto che ciò è impossibile ma più radicalmente, come ben sappiamo, che i media danno per inesistente ciò di cui non parlano, anzi, più precisamente non ammettono che possa esistere qualcosa di cui non hanno parlato (mentre il nostro accordo su tutto ciò non viene richiesto ma automaticamente subito).

È uno dei motivi per cui l’idea di massa, da tempo scomparsa, si è ricostituita in modo occasionale nelle circostanze dell’“evento”. Una nota scrittrice presenta un suo libro e tutti accorrono trasformando la realtà in fatto mediatico. Evidentemente se la scrittrice avesse avuto poche persone presenti non avrebbe fatto nessuna autocritica sui propri scritti ma se la sarebbe presa con gli organizzatori. Non è scomparsa la realtà, è scomparsa la sostanza. La sostanza è una droga: esiste soltanto nella misura in cui viene consumata.

#### *Riferimenti bibliografici*

- G.P. CAPRETTINI, *Il barbecue della verità. Maldicenze, pettegolezzi, intercettazioni*, Espres, Torino 2012.
- R. EUGENI, *Semiotica dei media. Le forme dell’esperienza*, Carocci, Roma 2010.
- G. GRIGNAFFINI, *I generi televisivi*, Carocci, Roma 2012.
- F. JOST, *Realtà/finzione. L’impero del falso*, trad. it R. Pavone, Il Castoro, Milano 2003.
- S. KING, *On writing. Autobiografia di un mestiere*, trad. it. T. Dobner, Sperling & Kupfer, Milano 2001.
- P. LUBBOCK, *Il mestiere della narrativa*, trad. it. E. Chierici, Sansoni, Firenze 2000.
- TH. MANN, “*La montagna incantata*”. *Lezione agli studenti di Princeton*, in ID., *La montagna incantata*, trad. it. E. Pocar, Corbaccio, Milano 1992, pp. 679-89.