

# ELOGIO DELLE REPLICHE, NECROLOGIO DELLE NOVITÀ



CON LE VACANZE SUL PICCOLO SCHERMO  
COMINCIA IL TEMPO DELL'AMARCORD  
(CHE IL PUBBLICO APPREZZA MOLTISSIMO)  
MA ANCHE QUELLO DELLA PIGRIZIA  
DEI PALINSESTI (CHE NON SANNO OFFRIRE ALTRO)

di Alessandro Zaccuri

Arriva l'estate e cominciano le repliche. Un luogo comune, assicurano gli esperti: la tv non è più quella di una volta, perfino tra giugno e settembre qualcosa di nuovo da vedere – volendo – si trova. Basta saper cercare. Basta, come al solito, sapere che cosa si cerca. Tutto vero, non si discute. Non fosse che le repliche estive sono, in effetti, un po' come il caldo. Non importa quanto segna il termometro, importa il "percepito". E la percezione delle repliche per i *tv people* rimane altissima. *Tv people*? E chi sarebbero? È una definizione di sociologia dei media che, nel nostro Paese, riveste una particolare importanza. La "gente della tv" (questa la traduzione letterale dall'espressione inglese) coincide con quella fascia di popolazione che, per tutta una serie di motivi, ricorre al piccolo schermo come alla principale o addirittura esclusiva fonte di informazione e di intrattenimento. Le casalinghe di Voghera, si diceva una volta. Le nonne di Torre del Greco, si ironizza oggi, perché nel frattempo l'età media del pubblico è cresciuta, il livello di istruzione non è salito, ci siamo spostati dal Nord al Sud e sì, le donne che passano tempo davanti alla televisione sono sempre in maggioranza. A conti fatti, stiamo parlando di circa un terzo degli italiani, un 33% abbondante la cui "dieta mediatica" resta basata su sostanziosi carboidrati televisivi. Poco cinema, se non quello che passa ogni tanto in prima serata, e pochissima carta stam-

pata. Al resto ci pensano i palinsesti, quando va bene, e le repliche quando va male. Si tratta di un pubblico che patisce una cronica mancanza di alternative, insomma, e al quale la tv nel suo insieme (un insieme che è sempre, in qualche modo, "servizio pubblico", anche quando coinvolge le reti commerciali) dovrebbe prestare particolare riguardo. Il paradossale, invece, sta in un sistema televisivo che si dimostra straordinariamente creativo nel riutilizzo dei programmi del passato, ma che continua a peccare di pigrizia quando si tratta di aggiustare l'offerta generalista in un momento critico come quello estivo, quando davvero la tv è vista da chi non può fare altro. Succedono cose strane, in questa Italia in via di transizione. Succede, per esempio, che Mediaset Extra decida di sospendere per eccesso di ascolti le repliche di una trasmissione ormai archeologica quale "Non è la Rai". E questo è un segnale interessante, perché denuncia l'esistenza di un pubblico smalzato, che apprezza la "seconda visione", anche a distanza di decenni, e ne approfitta magari per conciliare ironia e nostalgia. I *tv people*, nel frattempo, rischiano di restare sempre più soli, sempre più disorientati. Un'oncia di riconoscenza, però, se la meriterebbero, considerato che poi, durante l'anno, è a loro che ci si rivolge quando si tratta di macinare ascolti. Ma anche questa, in un certo senso, è la replica di uno show già visto.

## INTERNET E TV? SORPRESA: VANNO D'ACCORDO

La buona notizia è che il dinosauro si difende ancora bene. Vent'anni fa, quando Internet cominciò a diventare un oggetto familiare, in molti scommettevano sul fatto che la televisione non avrebbe retto la concorrenza. La tv, si diceva, farà la fine dei dinosauri, perché è troppo grande, troppo famelica, poco adatta ai cambiamenti. Non sta andando secondo le previsioni. Lo conferma, almeno in Italia, una ricerca condotta da Groupm, secondo cui nei prossimi due anni il consumo di tv "tradizionale" è destinato a subire una modesta flessione (dall'80 al 70%), compensata dall'incremento del ricorso al digitale (dal 25 al 35%). Il dato più vistoso? Quello relativo alla tv vista "in Rete", cresciuta del 19% nello scorso anno. Attenzione, però, non siamo di fronte a un aut aut. Internet e tv, anzi, si stanno sempre più integrando, come dimostra la diffusione di apparecchi già pronti per essere cablati con il web. (A. Zacc)