

Eclissi della televisione generalista?

Sono in atto significativi mutamenti nella platea della televisione e nelle emittenti che si contendono l'audience e la torta pubblicitaria. La Sette sta cambiando il suo pubblico secondo l'orientamento del suo editore, convergendo verso il centro senza però grandi cambiamenti nelle cifre totali. In Rai e in Mediaset una lenta emorragia di ascolti non si ridistribuisce fra le reti (con Rai Due e Rete Quattro in sofferenza); Sky affianca alla cortecchia dura di pubblico pay (sostanzialmente stabile nonostante la crisi) incursioni sempre più coraggiose nelle praterie generaliste, con X Factor ma anche con Tg Sky 24. Si rosicchiano quote di pubblico generalista: se posso fare un paragone culinario, è come scongelare un minestrone di quelli che si comprano surgelati (nell'esempio, il pubblico generalista). Lo scongelamento produce il formarsi di nicchie: conglomerati di pezzetti di verdure, piselli, fette rotonde di carota che insieme vengono a formare un provvisorio insieme, una nicchia di pubblico. Di queste nicchie si cibano i canali minori del digitale terrestre e ancor più quelli del satellitare, erodendo frammenti di ascolto non particolarmente rilevanti sul piano quantitativo ma sempre in crescita. Sottraendo ai canali generalisti quote di ascolto importante per qualità (pubblico giovanile, responsabili di acquisto, leader d'opinione).

La sensazione è che questi processi di erosione progressiva del generalismo e di redistribuzione degli ascolti, comincino a lasciare il segno. L'area dell'ex duopolio è del 60% circa, un magro risultato; ma soprattutto ha un'età media sempre più imponente. Lo testimoniano gli spot pubblicitari che vi sono inseriti (dentiere, montascale, unguenti contro l'artrite e quant'altro). La Sette, lo abbiamo visto, si muove, si sposta, ma non aumenta pubblico a meno che non sviluppi generi per lei tradizionali (Santoro, ad esempio).

Insegno all'università e da tempo constato una lontananza del pubblico giovanile dal video televisivo. Tuttavia sono rimasto colpito rilevando che su oltre 100 studenti presenti nessuno aveva visto la televisione la sera prima; e non si tratta di studenti qualunque, ma che frequentano un corso di Linguaggi della tv e della radio. Internet, film in streaming, di tutto e di più ma un livello di partecipazione assai basso anche ai moderni riti: non solo il Festival di Sanremo o altre cattedrali nazionali-popolari, ma il confronto Cuperlo-Renzi-Civati su Sky Tg 24 o Masterpiece su Rai Tre. Ho sempre insegnato la contemporaneità ma oggi mi trovo studenti che studiano media che non seguono: come se studiassero storia antica o archeologia assiro-babilonese. Studiano con curiosità scientifica cose che non appartengono alla loro quotidianità. Se procediamo di questo passo, presto la televisione generalista, questa regina del Novecento, sarà a livelli americani: sotto il 50% come ascolto, sotto il tappeto come credibilità.

Enrico Menduni
Università Roma Tre

(QUESTO ARTICOLO APPARIRA' SUL CORRIERE DELLE COMUNICAZIONI A META' DICEMBRE)