

Tivù

Piccolo schermo, grande espansione

Gianluigi Rossini

La parola *televideo* non è riconosciuta dai dizionari, eppure basta scorrere i *social* per verificare che dovrebbe esserlo: la tv la guardano tutti, ma non tutti sanno dire con prontezza qual è stata la miglior edizione di Sanremo degli ultimi anni, o sono abbastanza onnivori da comprendere nella propria dieta tanto *Propaganda live* quanto *Ballando con le stelle*. Se di recente la *televitologia* ha perso parte del suo stigma grazie alle serie tv, va ancora ribadito che è possibile guardare la tv – tutta la tv – con passione e con piglio analitico allo stesso tempo. *SuperTele. Come guardare la televisione* oltre che una collezione di saggi sulla tv, è un libro per *televitologi*, da leggere per capire meglio il dietro le quinte, per trovare ben esplicitato quel che si è sempre pensato in maniera confusa. La collana a cui appartiene, l'omonima *SuperTele*, ha il merito di aver tradotto alcuni testi fondamentali per chiunque si occupi di tv: *Complex tv* di Jason Mittell, *Post*

Network di Amanda Lotz e molti altri che è possibile trovare nei programmi di tutti i corsi universitari. Alla quindicesima uscita, tuttavia, i curatori Luca Barra e Fabio Guarnaccia hanno optato per un'operazione diversa: invece di tradurre l'americano *How to Watch Television* (NYU Press, 2013) lo hanno *localizzato*, così come si fa con un *format*, riprendendone l'idea e la struttura e adattandolo al nostro Paese.

Il risultato è un plastico tridimensionale che illustra lo stato della televisione italiana contemporanea sia i molti punti di vista analitici possibili: come nell'originale, ognuno dei 19 saggi parte da un programma o da un personaggio (da *L'amica geniale* a *Maratona Mentana*, da *SKAM Italia* a *X-Factor*) per costruire un discorso che investe il medium nel suo complesso. Gli approcci a oggetti tanto diversi tra loro sono altrettanto variabili: alcuni dei saggi sono rigorosi e scientifici, altri afferiscono più all'area del giornalismo culturale, altri ancora sono scritti da persone che in tv ci lavorano.

Uno dei temi portanti è la competizione tra tv, web e *social*, ormai

non più concorrenti ma convergenti nella costruzione di un immaginario transmediale unificato: i capitoli su Barbara D'Urso, personaggio televisivo per eccellenza, e sui i Ferragnez, epitome della fama *social*, mostrano come entrambi abbiano attuato una strategia di «sincretismo mediale»: da un lato la tv diventa la meta ideale per i fenomeni del web, dall'altro l'estetica e le forme di racconto tipiche della televisione si espandono sui *social*. Un altro punto fondamentale, infatti, è che «guardare la televisione» non è più riducibile allo starsene seduti sul divano con le dita sul telecomando: ben lungi dall'essere in via di sparizione, la televisione si è invece espansa su una pluralità di schermi e di supporti tecnologici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SUPERTELE. COME GUARDARE LA TELEVISIONE

A cura di Luca Barra,
Fabio Guarnaccia

minimum fax, Roma, pagg. 230, € 17

