

Il biscione non incanta più: chiudono Tg4 e Studio Aperto

“Corri a casa in tutta fretta, c’è un Biscione che ti aspetta”. Sono passati 40 anni più o meno esatti da quando Canale 5, nel settembre 1980, veniva letteralmente catapultato nelle case e nei salotti degli italiani. Il grande sbarco di Mediaset, lo sbarco di Anzio delle tv private all’arrembaggio del monopolio Rai, l’alba della geologica era del Cavaliere e, appunto, la fine del monarcato di Viale Mazzini sui televisori e sui palinsesti del Belpaese.

Quarant’anni dopo, un battito di ciglia nel macinare lento della cronaca che si fa storia, il Biscione è rimasto imprigionato negli infernali meccanismi delle aziende del terzo millennio: “razionalizzazione” e “riorganizzazione”, fa sapere l’Azienda, sono i motivi per cui **Studio Aperto e Tg4**, due portaerei dell’informazione berlusconiana da otto lustri, **sono stati cancellati col classico tratto di penna**. Confluiranno, dicono dai piani alti, nel TgCom, in una specie di riallineamento delle testate e dell’offerta giornalistica che ai più, per non dire a tutti, pare invece un poderoso ripiegamento. Una ritirata truccata e imbellettata da ripartenza, perché tutte le ripartenze di questo tipo, nell’editoria italiana, fanno sempre rima con tagli: 45 prepensionamenti volontari, fa più chic chiamarli “scivoli”, e 15 assunzioni di giovani giornalisti che proveranno sulla loro pelle l’ebbrezza dei contratti proposti ormai da diversi anni ai nuovi assunti in redazione: poco più che precariati legalizzati, se un tempo c’erano le vacche grasse, o forse proprio per quello, adesso certamente a scegliere di fare il giornalista si muore di fame.

Fa notizia, allora, la chiusura e il sipario sul Tg4 che fu, all’epoca di **Emilio Fede**, un tempio del berlusconismo in salsa giornalistica: una specie di chiesa laica dove il conduttore, in fuga dalla Rai come altri suoi colleghi illustri, quando i dollari del Cavaliere avevano già molto più fascino della ribalta di mamma Rai, celebrava tutti i giorni, più volte al giorno, il Verbo del Biscione. Col senno di poi, con l’agiografico modo di fare giornalismo televisivo al giorno d’oggi, ripiegati sui potenti e sulle veline del piano di sopra, fa quasi sorridere, il buon Emilio. **Un antesignano**, verrebbe da dire, **dello tsunami che ha travolto e spazzato via la credibilità dei media italiani negli ultimi anni**, partendo però appunto da lontano. Anche Studio Aperto, in questo, ha la sua epica da raccontare, nella quale però ci finirono anche cose di qualità, persino ben fatte, come per esempio la copertura per la Guerra del Golfo: la prima, l’originale, quella che non si scorda più.

Al di là delle versioni ufficiali di Mediaset, allora, due teste illustri che ruzzolano sul patibolo della progressiva e per nulla magnifica crisi della televisione: è notizia di pochi giorni fa il fatto che **ormai un italiano su due non la guarda, non la accende più**. Non ci crede più, insomma. Certamente Tg4 e Studio Aperto hanno fatto di tutto per aumentare questa consapevolezza degli italiani, alla fine la mucca offre il latte che ha e questo latte alla lunga ha intossicato i telespettatori. Perfino quelli che erano inossidabili innamorati del Cavaliere. La tv, soprattutto, ha perso la guerra col web: una guerra impari, a dirla tutta. Costi, tempi,

diffusione: non poteva che finire così, per **il televisore che assomiglia sempre di più ad una scatola vintage del secolo scorso**, anche nelle versioni più recenti, future e tecnologicamente accattivanti.

C'è anche una specie di nemesi, in verità, in questo mesto ripiegamento di due pezzi da novanta di Mediaset. C'è, come un karma che non perdona e non dimentica, che proprio **chi della reclame ha fatto una ragione di vita**, e che sulla reclame ha costruito le proprie fortune, **ha dovuto tirare giù la saracinesca per mancanza di reclame**, diciamo. Anche perché, evidentemente, è rimasto stritolato nel meccanismo infernale di un'informazione che poteva esistere e produrre contenuti solo se si vendevano pannolini, gomme da masticare e automobili. I due tiggì Mediaset vittime della crisi del contenitore, la televisione, ma anche e soprattutto dei suoi contenuti. Perché il libero mercato dell'etere, come lo avevano raccontato a Mediaset, la possibilità di frantumare il monopolio informativo e di intrattenimento Rai, era certamente una bella idea e un orizzonte magnifico. Ma non è stato progressivo, purtroppo. I conti sono balzati in alto, certo, a cifre vertiginose. **L'epopea berlusconiana è stata piastrellata di oro e argento, ma è peggiorata sempre di più, inesorabilmente, l'offerta dei contenuti**. La libertà di dire e raccontare è durata ben poco, anche le migliori professionalità si sono accodate per prendere il gettone. Così l'informazione Mediaset ha smesso mano a mano di attirare ascoltatori e il Biscione è finito, malinconicamente, dentro alla sua cesta dei ricordi. Un altro bel passo verso l'anno zero dei media italiani? Forse. Certamente un monito forte e chiaro verso i nuovi Biscioni, e verso gli attuali incantatori di folle, ossia il gentile pubblico pagante.

[di Salvatore Maria Righi]