

L'informazione

(G. Grignaffini, *I generi televisivi*, 2012, p. 49)



Quel settore della comunicazione televisiva che, in stretta connessione con il sistema dei media in generale, offre al pubblico ricostruzioni, racconti, analisi e interpretazioni di ciò che accade nel mondo.

- **specifica funzione sociale:** rendere pubbliche e disponibili a tutti notizie aggiornate
- **atteggiamento nei confronti del pubblico:** mettere in opera una serie di strategie comunicative allo scopo di garantire la verità di ciò che si sta trasmettendo.

L'informazione

(G. Grignaffini, *I generi televisivi*, 2012, p. 49)



- **prevalenza assoluta della diretta** come garanzia di «presa» sulla realtà; dialettica tra l'interno dello studio e il mondo esterno;
- **caratteristiche registico-estetiche** (stili di ripresa, scenografie degli studi, utilizzo di grafiche, etc) **al servizio della creazione di un effetto verità**
- **rapporto «distaccato» tra giornalista e pubblico** (Casetti, 1986: «interpretazione») **sempre più «contaminato» da forme di coinvolgimento emotivo** (partecipazione del pubblico evocata attraverso emozioni, paure, tensioni, entusiasmi, etc)

Telegiornali

(G. Grignaffini, *I generi televisivi*, 2012)



- **conduzione:** dallo stile particolarmente rigido e inespressivo dei conduttori dei primi tg (i «ventriloqui») a modalità di presentazione volte a far emergere uno stile personale (es. Mentana)
- **regia / setting:** inquadrature molto strette per sottolineare le espressioni del viso; spazi ristretti vs. spazi percorribili, decorati con pannelli e schermi video
- **temi:** meno politica, più cronaca (rosa e nera), sport, economia
- **impaginazione:** da ordine di priorità delle notizie a scaletta che alterna tensione e distensione per «tenere agganciati» gli spettatori

Telegiornali

(A. Grasso, *Televisione*, 2002)



TG1 (dal 3 gennaio 1954)

- strutturato secondo criteri di impaginazione a tema: politica interna, politica estera, cronaca, cronaca nera, sport;
- raramente i filmati illustravano o accompagnavano le informazioni, il giornale si esauriva nella lettura delle notizie affidata a uno speaker unico, cui veniva richiesta dizione impeccabile, intonazione asettica, timbro sicuro, a connotare l'informazione per distacco e oggettività;

→ «Alla maniera della televisione, e con la stessa scientifica infallibilità»

<https://www.youtube.com/watch?v=zCNOcSE9aeY>

Telegiornali

(A. Grasso, *Televisione*, 2002)



TG1 (1956/59)

- aumentano a tre le edizioni quotidiane (pomeriggio, sera, notte);
- lo speaker unico è sostituito da un gruppo di speaker e di giornalisti in video (Gianni Granzotto, Ugo Zatterin);
- arrivano gli inviati, che conoscono una grande notorietà (Ruggero Orlando, Vittorio Orefice);
- la scenografia si arricchisce dell'ampex, lo schermo trasparente su cui scorrono immagini filmate e fotografie di chiosa alle notizie;

Telegiornali

(A. Grasso, *Televisione*, 2002)



TG1 (anni '60/'80)

- radicale processo di modernizzazione, evidente nella scenografia: sullo sfondo un megaschermo, in studio quattro scrivanie
→ conduzione collettiva, stile più colloquiale (Arrigo Levi, Emilio Fede)
- aumenta il numero di servizi dall'estero (Londra, Parigi, Bonn) e l'importanza delle redazioni decentrate (Milano, Torino, Firenze, Napoli);
- si accentua il carattere prudente e protocollare del TG conservatore e cattolico (Angela Buttiglione, Bruno Vespa, Piero Badaloni);
- aumentano le edizioni, per rispondere alla concorrenza delle private (nel 1983, con l'edizione flash delle 12.00, arrivano a sei);

Telegiornali

(A. Grasso, *Televisione*, 2002)



TG1 (anni '90)

- aumento ulteriore delle edizioni (fino a dodici);
- anticipato da programmi «traino», il TG della sera è preceduto da un «promo» (per conferire un carattere disinvolto, spigliato);
- il direttore Bruno Vespa introduce innovazioni nella scenografia (un grosso schermo alle spalle del conduttore su cui scorrono le immagini della redazione al lavoro) e nella conduzione (punta sulle «star»: Lilli Gruber, Maria Teresa Busi, Tiziana Ferrario).

→ Maschi (<https://www.youtube.com/watch?v=CAIkPrZDGBU>) contro femmine (https://www.youtube.com/watch?v=9caQCykRH_E)

Telegiornali

(A. Grasso, *Televisione*, 2002)



TG5 (dal 13 gennaio 1992)

- il direttore è Enrico Mentana, i vicedirettori Clemente Mimun ed Emilio Carelli si alternano in video a Cristina Parodi, Cesara Buonamici e Lamberto Sposini;
- inizialmente composto di tre edizioni (13,00 – 20,00 – 24,00);
- mira a un'informazione agile e veloce, alla maniera dei network americani, capace con il suo ritmo incalzante e serrato di trattenere l'attenzione del telespettatore → Enrico «Mitraglia» Mentana

→ <https://www.youtube.com/watch?v=gcnuXtl1T7g>

Telegiornali

(A. Grasso, *Televisione*, 2002)



TG5 (anni '90)

- nato con l'obiettivo di guadagnare un'audience più ampia ed eterogenea possibile riservando un'attenzione privilegiata alla cronaca, è costretto a dedicare molto spazio alla politica (Tangentopoli);
- nel marzo 1993 avviene il primo sorpasso del TG1;
- dieci anni di dati sugli ascolti confermano la logica vincente della controprogrammazione nelle edizioni delle 20.00 (vs TG1) e delle 13.00 (vs TG2);

Telegiornali

(A. Grasso, *Televisione*, 2002)



TG5 (anni '90 / 2000)

- nel corso degli anni la redazione del TG5 cura diversi speciali (il *Braccio di ferro* Occhetto-Berlusconi del 1994), e dà vita a diversi programmi informativi (*Verissimo*, *Terra!*);
- nel 2001 viene creato il sito Tg5.it, con le notizie e le rubriche *Chiedilo al Tg5* e *Dillo al Tg5*

Magazine informativi

(G. Grignaffini, *I generi televisivi*, 2012)



- **infotainment**: notizie, collegamenti, interviste, costume, cronaca, spettacolo, gossip (da *Odeon* a *Verissimo*);
- **tabloid magazine**: assoluta prevalenza di argomenti leggeri, sensazionalismo, collocazione in daytime vs. **news magazine**: maggiore varietà di argomenti, collocazione dalle fasce diurne a quelle di seconda serata;
- **tematicità**: eventi e prodotti del lusso (*Nonsolomoda*), sport (*Superbike*), enogastronomia (*Eat parade*)

Verissimo

(A. Grasso, *Televisione*, 2002, p. 889)

A lanciare e commentare i servizi (sei a puntata), c'è Cristina Parodi, giornalista del Tg5, ora divertita ora rattristata ma sempre rassicurante. Per nulla ansiogene anche le storie presentate: nessuno spazio lasciato alla politica né all'economia, la cronaca nera tralascia le crudeltà, ci si concentra sui problemi sociali attraverso il racconto dei protagonisti, mentre la cronaca rosa è affidata all'agitato (lui sì!) telepaparazzo Enrico Papi, croce e delizia dei VIP. Un contenitore da hard news, un contenuto soft, un jingle da action.



Reportage/inchieste

(G. Grignaffini, *I generi televisivi*, 2012)



- **argomento:** approfondimento di notizie all'ordine del giorno, indagini su fatti oscuri o misteriosi, rilettura di fatti della storia recente;
- **stili:** il giornalista e la sua ricerca della verità (Capuozzo) vs. reportage «redazionali» (*TV7*) vs. denuncia di problematiche sociali (*Report, Presa Diretta*);
- **innovazioni:** es. *Lucignolo*, serie di reportage tematicamente affini collegati da voce fuori campo.

La notte della Repubblica

(A. Grasso, *Televisione*, 2002, p. 535)



Il programma, in onda dal 12 dicembre 1989, martedì ore 20,30 RaiDue - nelle successive 17 puntate è stato trasmesso di lunedì - prende il via il giorno del 20° anniversario della strage di Piazza Fontana a Milano. L'inchiesta si propone di ripercorrere la storia degli anni bui della democrazia italiana. Ogni puntata, della durata di due ore e mezza, si compone di una prima parte che ricostruisce, attraverso filmati e testimonianze, l'evento o il periodo preso in esame; segue un'esauriente intervista di Zavoli a un protagonista della vicenda; infine, un dibattito con ospiti in studio cerca di approfondire il tema.

Programmi di servizio pubblico

(G. Grignaffini, *I generi televisivi*, 2012)



- **tool tv**, televisione posta al servizio del pubblico: *Elisir*, *Mi manda Rai3*;
- **infotainment e denuncia sociale**: *Striscia la Notizia*, *Le Iene*;
- **tv «rituale»**: informazione parlamentare, celebrazioni religiose;
- **programmi con finalità benefica**: *Telethon*, *La Fabbrica del Sorriso*.

Elisir

(G. Bettetini, P. Braga, A. Fumagalli,
Le logiche della televisione, 2004, p. 201)



Il conduttore giornalista rappresenta il grado zero della personalizzazione della divulgazione. Sia verso il pubblico, sia verso gli ospiti a confronto egli imposta un rapporto basato sulla deontologia professionale più rigorosa. Mediatore più che divulgatore di sapere, garante di un lavoro redazionale serio e del livello degli esperti convocati, confeziona una trasmissione dall'atmosfera compunta, una selezionata ricognizione sullo stato dei lavori in un certo campo.

Teatralizzazione



Domande dai social



Servizio pubblico



Talk show a contenuto informativo

(G. Grignaffini, *I generi televisivi*, 2012)



- argomenti di stretta attualità e conduzione giornalistica, modello comunicativo del talk show e forte impronta informativa;
- **infotainment**: *Maurizio Costanzo Show*, *Porta a Porta* (attualità e politica) vs. «nera»: *Quarto Grado* (l'analisi del «caso» con il contributo del criminologo)

Talk show a contenuto informativo

(A. Grasso, *Televisione*, 2002, p. 474)



Ispirandosi alle fortunate trasmissioni americane di Johnny Carson e David Letterman e con l'aspirazione a emulare la longevità dell'*Ed Sullivan Show*, Maurizio Costanzo ha costruito il suo «spettacolo della parola» più popolare. Con questo talk show, scandito da una liturgia rituale (presentazione dell'ospite, ingresso, scambio di convenevoli, conversazione) Costanzo ha portato a compimento un percorso iniziato con *Bontà Loro*: ha trasformato la scena televisiva in un capannello in versione catodica, teatro ora della disputa civile, ora di un frivolo chiacchiericcio. Il palcoscenico del *Costanzo Show* ha raccolto testimonianze importanti e confessioni eclatanti dei protagonisti dello spettacolo, della politica, della vita quotidiana.

Talk show a contenuto informativo

(A. Grasso, *Televisione*, 2002, p. 604)



Il noto giornalista televisivo conduce un programma di attualità politica con l'intento di avvicinare il grande pubblico e il «Palazzo», facendoli diventare vicini di casa («porta a porta»). Il titolo e lo spirito della trasmissione trovano riscontro nella scenografia dello studio, che ha come perno due porte da cui entrano gli ospiti, politici e non, che aiutano il conduttore a intervistare il protagonista della serata. Nelle edizioni successive il programma conosce un avvicinamento progressivo alla formula del talk show ispirato al principio dell'infotainment: anche Valeria Marini può dire la sua sulla politica.

Dalla politica al «politainment»

(G. Mazzoleni, A. Sfondini, *Politica Pop*, 2009)



Da un lato, la politica-spettacolo, la mediatizzazione della politica, la politica dei leader carismatici; dall'altro, il mezzo televisivo che punta sull'intrattenimento, ama il racconto intimista, privilegia le emozioni.

Due le forze in gioco: quella dei politici che, strategicamente, decidono di frequentare i luoghi dell'intrattenimento televisivo più amati dal pubblico, considerandole nuove tribune da cui rendersi visibili e conquistare il consenso popolare; quella del mezzo televisivo che assoggetta la politica alla logica mediale, fagocitandola come oggetto, contenuto, ingrediente dello spettacolo televisivo.