

# Ridimensionare il Paese nel piccolo schermo. La comicità nella storia della televisione italiana

Matteo Marinello\*

## ABSTRACT

Questo saggio indaga lo status della comicità nella storia della televisione italiana attraverso una ricognizione dello stato dell'arte e degli strumenti teorici a disposizione, una periodizzazione storica e una proposta di temi con i quali la ricerca si dovrebbe confrontare. Se diversi studi hanno riconosciuto il ruolo centrale della comicità nella storia del medium, le ricerche approfondite sulla materia sono infatti insufficienti. Tuttavia, le prospettive esistenti possono dialogare tra loro se sottoposte allo sguardo della storia: una prima periodizzazione può riconoscere le diverse fasi dello sviluppo stilistico e produttivo della comicità, dalle origini del medium all'era attuale. Da questa periodizzazione emergono alcune costanti, come l'importanza del genere del varietà e del formato dello sketch, la natura autoriflessiva dei programmi comici, e il rapporto con la realtà, in primis con il contesto nazionale, sociale e politico, costantemente ridimensionato dal piccolo schermo.

**Parole-chiave.** Storia della televisione; comicità; satira; umorismo politico; sketch comedy; production studies

This essay investigates the status of comedy in the history of Italian television through a survey of the state of the art and theoretical tools available, a historical periodization, and a proposal of issues with which the research should be dealing. While several studies have recognized the central role of comedy in the history of the medium, in-depth research on the subject has in fact remained insufficient. However, existing perspectives can dialogue with each other when subjected to the gaze of history: a first periodization can recognize the different stages of the stylistic and productive development of comedy, from the origins of the medium to the present era. Some constant elements emerge from this periodization, such as the importance of the variety genre and the sketch format, the self-reflexive nature of comedy programs, and the relationship with reality, primarily with the national, social, and political context, which is constantly downscaled by the small screen.

**Keywords.** Television history; comedy; satire; political humor; sketch comedy; production studies

\* Matteo Marinello, Università di Bologna, [matteo.marinello3@unibo.it](mailto:matteo.marinello3@unibo.it).

È stato più volte riconosciuto il «carattere storico costitutivo»<sup>1</sup> della comicità nella televisione italiana: pratiche e linguaggi ereditati dal teatro popolare sarebbero diventati «strumento e codice principale della nostra televisione, e del nostro immaginario»<sup>2</sup>, nonché «tessuto connettivo» di un medium ludico che accompagna gli spettatori in un «gioco comune»<sup>3</sup>, le cui regole sono la presa in giro – in primo luogo, della tv stessa – e la tendenza alla ripetizione<sup>4</sup>. Eppure, nonostante l'importanza conferita al tema, quella dei *comedy studies* televisivi è una via poco battuta in Italia. Chi studia il riso teme di rendere «ozioso» qualcosa che dovrebbe divertire<sup>5</sup>, mentre può risultare frustrante il confronto con una materia difficilmente inquadrabile<sup>6</sup>, «informe e volutamente confusa»<sup>7</sup>, caratterizzata da una molteplicità «di eccentricità e di interferenze»<sup>8</sup>. Non parliamo infatti solo di singoli programmi, ma anche di un registro pervasivo e tentacolare che «corre attraverso il palinsesto, contamina i generi più diversi, soprattutto incornicia il “patto comunicativo” [...] tra il mezzo e il suo pubblico, invitando gli spettatori a non prendere niente del tutto sul serio e a mantenere uno scarto costante fra sé e i programmi che vede»<sup>9</sup>. Dunque, a fronte dei rischi, lo studio della comicità televisiva può essere stimolante e ricco di implicazioni; per conferire dinamicità alla teoria e far dialogare diverse prospettive, vale la pena sottoporlo alla prova della storia, grazie alla raccolta degli strumenti a disposizione, il disegno di una periodizzazione e la proposta di un'agenda di ricerca.

<sup>1</sup> G.P. CAPRETTINI, *Schermi a parte. La comicità socializzata e i confini del mezzo*, in *Luci del teleschermo. Televisione e cultura in Italia*, a cura di P. Ortoleva, M.T. Di Marco, Electa, Milano 2004, p. 345.

<sup>2</sup> E. MARINAI, I. VAZZAZ, *Il riso nell'occhio: sguardi e ipotesi di studio sul corpo-testo comico contemporaneo*, in «Biblioteca teatrale», n. 3-4, 2013, p. 98.

<sup>3</sup> P. ORTOLEVA, *Il comico del flusso*, in *Una tivù da ridere. Cinquant'anni di satira nella / sulla televisione italiana*, a cura di D. Aloï, G.P. Caprettini, A. Gedda, Ananke, Torino 2004, p. 50.

<sup>4</sup> G. BETTETINI, *Presentazione*, in «Comunicazioni sociali», n. 1, 1993.

<sup>5</sup> L. BARRA, *La sitcom*, Carocci, Roma 2020, p. 15.

<sup>6</sup> N. MARX, M. SIENKIEWICZ, *The comedy studies reader*, University of Texas Press, Austin 2018, p. 1.

<sup>7</sup> L. BARRA, *Una televisione da ridere. Le scuole della comicità in Storia della comunicazione e dello spettacolo in Italia*, a cura di A. Grasso, vol. III, Vita e Pensiero, Milano 2017, p. 91.

<sup>8</sup> MARINAI, VAZZAZ, *Il riso nell'occhio*, cit., p. 100.

<sup>9</sup> ORTOLEVA, *Il comico del flusso*, cit., p. 47.

### La comicità televisiva: uno stato dell'arte

Per ricostruire la storia della comicità televisiva possiamo partire dai primi lavori sul varietà, di impianto semiotico<sup>10</sup> e memorialistico<sup>11</sup>, nonché dalle prime storie attente ai generi dell'intrattenimento<sup>12</sup>. Se la relazione tra media e comicità è già nel 1993 l'oggetto di un monografico di «Comunicazioni sociali»<sup>13</sup>, la prima vera occasione di confronto sul rapporto tra comicità e piccolo schermo avviene però nel cinquantenario della televisione italiana, con la pubblicazione di un volume collettaneo dal titolo *Una tivù da ridere*<sup>14</sup>. Pur nell'eclittismo metodologico, si costituiva lì un dialogo tra professionisti dei media e studiosi di diverse discipline, che però sarebbe ripreso solo nel 2015 con l'uscita di un numero di «Link» dedicato alla *comedy*<sup>15</sup>. Pochi altri contributi hanno intrecciato in maniera fruttuosa *television* e *comedy studies*: al di là di alcune ricognizioni generali<sup>16</sup>, gli studi di Luca Barra sulla sitcom enfatizzano le specificità del rapporto tra comicità e tv<sup>17</sup>, ma gli affondi su casi e generi specifici sono ancora pochi. Integrazioni significative possono arrivare dalle ricerche sul cinema popolare, sulla commedia all'italiana e

<sup>10</sup> M. WOLF, *Tra informazione ed evasione: i programmi televisivi di intrattenimento*, Eri, Torino 1981; A. ABRUZZESE, T. BIANCO, L. BOLLA, *Con la partecipazione straordinaria di. Dieci anni di varietà televisivo*, Eri, Torino 1985; E. ZAMBARBIERI, *Il varietà*, in *Le logiche della televisione*, a cura di G. Bettetini, P. Braga, A. Fumagalli, FrancoAngeli, Roma 2004.

<sup>11</sup> E. VAIME, *Il varietà è morto*, Mondadori, Milano 1988; L. MARTERA, *Lo spettacolo della tv*, Dino Audino, Roma 2000; M. COSTANZO, F. MORANDI, *Lo chiamavano varietà*, Carocci, Roma 2004.

<sup>12</sup> G. BUTTAFAVA, *Un sogno americano. Quiz e riviste tv negli anni Cinquanta*, in *American Way of Television*, a cura di G. Bettetini, A. Grasso, Sansoni, Firenze 1980; G. BETTETINI, A. GRASSO, *Televisione: la provvisoria identità italiana*, F.G. Agnelli, Torino 1985.

<sup>13</sup> «Comunicazioni sociali», n. 1, 1993.

<sup>14</sup> *Una tv da ridere*, a cura di Aloï, Caprettini, Gedda, cit.

<sup>15</sup> «Link – Idee per la televisione», n. 18, 2015.

<sup>16</sup> E. NOVELLI, *Satira, politica e televisione in Italia*, in «Comunicazione politica», n. 1, 2012; A. D'ALOIA, *Risate di piombo. Comici italiani dalla tv al cinema negli anni '70 e '80*, in «Bianco e nero», n. 1, 2013; BARRA, *Una televisione da ridere*, cit.; M. MARINELLO, «Ricordati degli amici»: la satira politica nella televisione italiana, in «Quaderni del CSCS», n. 17, 2022.

<sup>17</sup> L. BARRA, *Risate in scatola. Storia, mediazioni e percorsi distributivi della situation comedy americana in Italia*, Vita e Pensiero, Milano 2012; ID., *La sitcom*, cit.; C. BUCARIA, L. BARRA, *Taboo Comedy. Television and Controversial Humour*, Palgrave, London 2016.

sul teatro<sup>18</sup>, nonché da approcci che dialogano con la comunicazione politica<sup>19</sup>. Tuttavia, gli interlocutori principali rimangono gli studi statunitensi: le pionieristiche storie di David Marc sono alla base della definizione della tv come «medium comico»<sup>20</sup>, mentre le ricerche sulla satira politica televisiva hanno fatto confluire storia dei media, sociologia, antropologia, scienze politiche e *cultural studies*<sup>21</sup>. Sono lavori utili ma da trattare con cautela: sia perché le conclusioni di Marc sono il frutto di un contesto mediale differente dal nostro; sia perché il successivo approccio politico ai *comedy studies* ha spesso portato con sé una distorsione prospettica<sup>22</sup> che sopravvaluta l'impatto di quei prodotti *premium* che richiedono «un livello di sofisticatezza che i network televisivi domandano poco frequentemente al loro pubblico»<sup>23</sup>. Dunque, chi si propone di ricostruire la storia della comicità nella televisione italiana non deve cadere in questi tranelli, ma considerare le specificità del contesto nazionale e la varietà delle forme comiche.

### Una mappa della comicità nella tv italiana (1954-2024)

Il primo compito è tracciare una mappa del già noto, che tenga assieme una prospettiva «testualista» e una «contestualista»<sup>24</sup>, che da una parte evidenzi stili e programmi esemplificativi di tendenze generali, e dall'altra riconosca i percorsi produttivi e di carriera di comici.

Con le prime trasmissioni sperimentali e l'avvio ufficiale nel 1954, la televisione eredita dalla rivista teatrale comici, soubrette e «l'aggregazione poco coe-

<sup>18</sup> G. MANZOLI, *Da Ercole a Fantozzi*, Carocci, Roma 2012; M. COMAND, *Commedia all'italiana*, Il Castoro, Milano 2011; MARINAI, VAZZAZ, *Il riso nell'occhio*, cit.

<sup>19</sup> G. MAZZOLENI, A. SFARDINI, *Politica pop. Da «Porta a porta» a «L'isola dei famosi»*, Il Mulino, Bologna 2009

<sup>20</sup> D. MARC, *Demographic Vistas. Television in American Culture*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1996. ID., *Comic visions. Television Comedy and American Culture*, Blackwell, Malden 1997.

<sup>21</sup> J. GRAY, J.P. JONES, E. THOMPSON, *Satire TV. Politics and comedy in the post-network era*, NYU Press, New York 2009.

<sup>22</sup> MARX, SIENKIEWICZ, *The comedy studies reader*, cit., p. 12.

<sup>23</sup> GRAY, JONES, THOMPSON, *Satire TV*, cit., p. 14.

<sup>24</sup> A. GRASSO, M. SCAGLIONI, *Che cos'è la televisione. Il piccolo schermo fra cultura e società*, Garzanti, Milano 2003, p. 12.

rente di sketches, monologhi e numeri coreografici»<sup>25</sup>. *Un, due, tre* (Programma nazionale, 1954-1958) è spesso citato come capostipite: Raimondo Vianello e Ugo Tognazzi stabiliscono qui le prime «regole» e «aspettative» del varietà comico che fa, in primo luogo, la parodia di riti, programmi, volti ed eventi del medium che lo ospita<sup>26</sup>. Nei varietà fanno il loro debutto televisivo anche Walter Chiari, Gino Bramieri, Dario Fo, Franca Rame, Sandra Mondaini, Bice Valori, Paolo Pannelli, Vittorio Gassman, Franca Valeri. Sono figure profondamente intermediali che al teatro, al cinema e alla radio sommano un nuovo medium, testandone i confini e provocando, con riferimenti all'attualità politica e sociale, le prime reazioni censorie. Queste però non bloccano lo sviluppo del genere, che diventa «compiutamente televisivo» con *Studio uno* (Nazionale, 1961-1966), iniziatore di un filone che integra musica, comicità e parodia<sup>27</sup>.

Tra gli anni Sessanta e Settanta si apre una seconda fase che si conclude con l'affermazione dei network commerciali all'inizio degli anni Ottanta: il varietà dà segnali di stanchezza, sulla scia di una società in fermento e sempre più disincantata, mentre il panorama mediale muta radicalmente. Nel tentativo di rinnovarne le forme e i linguaggi, *Quelli della domenica* (Nazionale, 1968) porta in tv il cabaret, con la realtà delle maschere di Paolo Villaggio e la surrealtà delle canzoni di Cochi e Renato<sup>28</sup>. Con *Doppia coppia* (Nazionale, 1969-1970), invece, Alighiero Noschese introduce le imitazioni dei politici visti in *Tribuna politica*<sup>29</sup>. Il varietà inizia poi a interrogarsi sul proprio percorso: simbolo di questa fase è *Milleluci* (Nazionale 1974)<sup>30</sup>, ma fondamentale per la comicità è soprattutto *Tante scuse* (Nazionale, 1974) di Sandra Mondaini e Raimondo Vianello, il primo di una serie di spettacoli dalla forte dimensione seriale, dove la coppia, grazie a un'autenticità

<sup>25</sup> M. CARPITELLA, *La provincia e l'impero*, in *Televisione*, a cura di Bettetini, Grasso, cit., p. 132.

<sup>26</sup> R. HAWORTH, *Ugo Tognazzi, Raimondo Vianello, and Un, due, tre: Establishing Italian Television Audiences, Genres, and Expectations in the 1950s*, in «The Italianist», n. 2, 2023.

<sup>27</sup> L. BARRA, P. BREMBILLA, V. INNOCENTI, *La televisione italiana. Storie, generi e linguaggi*, Pearson, Torino 2024, p. 69.

<sup>28</sup> E. GIACOVELLI, *Quelli del Sessantotto. La comicità surreale di Paolo Villaggio e Cochi & Renato in Comicità negli anni Settanta*, a cura di E. Marinai, S. Poeta, I. Vazzaz, ETS, Pisa 2005.

<sup>29</sup> NOVELLI, *Satira, politica e televisione in Italia*, cit., pp. 63-65.

<sup>30</sup> E. MOSCONI, *Milleluci per due star della televisione italiana*, in «Arabeschi», n. 12, 2019.

fabbricata, conduce gli spettatori nel «retrobottega di uno show»<sup>31</sup> con incidenti, interruzioni, commenti a margine che mettono «a nudo la struttura del varietà»<sup>32</sup>. Inoltre, rafforzano il battibecco di coppia, introducendo una comicità domestica che dialoga col «riflusso nel privato» e col disimpegno promesso dalle reti commerciali: elementi che faranno da base per il loro approdo su Canale 5 (nel 1982) e per la sitcom *Casa Vianello* (Canale 5, Retequattro, 1988-2007).

Anticonformiste e contro-culturali sono invece le spinte comiche della seconda rete riformata: vi è l'esordio di Roberto Benigni con *Onda libera* (1977) che smonta sia il varietà classico che il provincialismo delle reti private; ritornano in tv Dario Fo e Franca Rame, che generano dibattiti e proteste tra politica e religione<sup>33</sup>. Vi è poi l'ensemble dell'*Altra domenica* coordinato dal disk jockey Renzo Arbore che 'remixa' l'attualità e i generi televisivi, ibrida telegiornale e varietà, presenta 'servizi' al posto di 'numeri', interagisce con i suoi strampalati inviati e gioca con il pubblico a casa<sup>34</sup>. La Rete 1 risponde con i primi talk show di Maurizio Costanzo, nuovo approdo anche per i comici, ma soprattutto con un nuovo gruppo eterogeneo che include, tra gli altri, Carlo Verdone, Massimo Troisi, Francesco Nuti: attori-autori che utilizzano la tv come trampolino di lancio per il cinema dopo aver esordito in *Non Stop* (1977-1979), varietà interamente composto da sketch e senza conduttore<sup>35</sup>.

Con l'ingresso negli anni Ottanta si apre la fase pienamente concorrenziale della comicità, con la televisione che diventa «punto di arrivo, aspirazione e danzazione di chi pratica il mestiere e batte i palchi»<sup>36</sup>. Arbore, assieme a vecchi e nuovi compagni tra cui Nino Frassica, continua a decostruire con successo su Raidue le ritualità televisive con *Quelli della Notte* (1985) e *Indietro tutta* (1987-1988), con un approccio ludico e autoriale allo stesso tempo<sup>37</sup>. Il Trio di Massimo Lopez,

<sup>31</sup> P. PINTUS, *L'idea è di farvi vedere il retrobottega di uno show*, in «Radiocorriere», n. 40, 1974.

<sup>32</sup> A. GRASSO, *Storia critica della televisione italiana*, il Saggiatore, Milano 2019, p. 467.

<sup>33</sup> G. GUCCINI, Gerardo, *Invenzione d'un mito: Dario Fo alla Palazzina Liberty (1974-1980)*, in *Traduzione aperta, quasi spalancata: tradurre Dario Fo*, a cura di H.L. Miralles, A.C. Prezn Kopušar, P. Quazzolo, M. Randaccio, EUT, Trieste 2016, pp. 160-161.

<sup>34</sup> G. STRANIERO, M.L. STRANIERO. *L'altra domenica*, Gammalibri, Milano 1979.

<sup>35</sup> D'ALOIA, *Risate di Piombo*, cit., p. 28.

<sup>36</sup> G. D'ANTONA, *Milano. Storia comica di una città tragica*, Bompiani, Milano 2020, p. 86.

<sup>37</sup> BARRA, *Una tv da ridere*, cit., pp. 92-93.

Anna Marchesini e Tullio Solenghi spopola con imitazioni e parodie nei programmi di Pippo Baudo, mentre l'altra scoperta del popolare conduttore, Beppe Grillo, propone la sua satira sociopolitica in *Te la do io l'America* (Rete 1, 1981) e *Te lo do io il Brasile* (Rete 1, 1984), fino a essere bandito dalla Rai dopo una battuta sui socialisti nella settima edizione di *Fantastico*<sup>38</sup>. Catalizzatore della comicità sulle reti Fininvest è invece l'ex autore di Grillo, Antonio Ricci, che in *Drive in* (Italia 1, 1983-1988) raccoglie una banda mossasi tra cabaret, tv locali e Rai: comici come Gianfranco d'Angelo, Ezio Greggio, Enrico Beruschi, Massimo Boldi e Teo Teocoli prendono parte a un frenetico spettacolo basato su ripetizioni, caricature e brevi sketch che esprimono un'estetica 'americana' volutamente esagerata e l'ottimismo degli anni Ottanta italiani<sup>39</sup>.

Dalla fine di *Drive in* la comicità televisiva entra in un lungo periodo di espansione e pluralità, dove alla concorrenza duopolistica si aggiungono ulteriori diversificazioni – e tensioni – interne sia alla tv pubblica che commerciale. Su Rai il testimone della conservazione è affidato al gruppo del Bagaglino, che con *Biberon* (1987) recupera i registri e i tempi «pretelevvisivi» dell'avanspettacolo, con imitazioni che compiaccono gli onorevoli presi di mira<sup>40</sup>. A trainare l'innovazione è invece la Raitre di Angelo Guglielmi, sulla quale esordiscono Pietro Chiambretti, Paolo Rossi, Fabio Fazio e la scuola che si raduna attorno a Serena Dandini. Programma emblematico di questa autrice, conduttrice e spalla è *Avanzi* (1991), con Corrado e Sabina Guzzanti, Angela Finocchiaro, Antonello Fassari, che si muovono tra comicità sulla tv e sulla politica, doppio binario sempre più vincente<sup>41</sup>. Col tempo, si aggiungono altri volti come Neri Marcorè e Caterina Guzzanti, mentre la nave transita sulla Raidue di Carlo Freccero con il *Pippo Chennedy Show* (1997) e *L'Ottavo Nano* (2001).

L'altra grande scuola comica degli anni Novanta, invece, è quella della Giappà's Band su Italia 1: da *Mai dire gol* (1990-2001) a *Mai dire grande fratello* (2000-2004), il segreto di Giorgio Gherarducci, Marco Santin e Carlo Taranto è quello

<sup>38</sup> I. PIAZZONI, *Storia delle televisioni in Italia*, Carocci, Roma 2014, p. 170.

<sup>39</sup> BARRA, *Una tv da ridere*, cit., p. 93.

<sup>40</sup> NOVELLI, *Satira, politica e televisione in Italia*, cit., p. 68.

<sup>41</sup> M. PALMIERI, *Nel piccolo schermo il paese reale. Avanzi tra critica alla tv e satira politica*, in «Diacronie», n. 1, 2022.



di «commentare tutto, commentare bene»<sup>42</sup>, dal calcio ai frammenti dalle tv locali, dagli show giapponesi ai reality italiani; ma è anche quello di inserire nel flusso contenuti originali, come la conduzione del Mago Forrest gli sketch di semi-esordienti come Luciana Littizzetto, Antonio Albanese, Maurizio Crozza, Paola Cortellesi, Fabio De Luigi, Aldo, Giovanni e Giacomo<sup>43</sup>. *Striscia la Notizia* (Italia 1, Canale 5, 1988-), invece, fissa l'eredità di *Drive in* in un finto tg, trionfo di *infotainment*, satira e giornalismo d'inchiesta, varietà e denuncia sociale.

A cavallo tra innovazione e conservazione si colloca, in questo periodo, la sitcom all'Italiana, un tentativo promosso soprattutto da Fininvest di industrializzare e standardizzare la comicità, che trova in *Casa Vianello* il suo massimo rappresentante<sup>44</sup>. Tuttavia, all'inizio degli anni Duemila la direzione di Fatma Ruffini non riesce a ravvivare un genere che in Italia è stato in larga parte frainteso, come d'altronde racconta *Boris* (Fox, Fx, Disney+, 2007-), serie comica «di culto» della pay-tv che mette in ridicolo sia il backstage televisivo che l'intero paese, tra vizi «troppo italiani» e interferenze della politica<sup>45</sup>.

Nei primi anni Duemila si esaurisce la stagione degli *ensemble cast*: le parole chiave nel nuovo millennio sono individualità e politica. A partire dal 2002, con l'«editto Bulgaro» di Silvio Berlusconi, a opporsi ai governi di centrodestra troviamo i reduci della Raidue di Freccero e l'attivismo politico-mediale di Daniele Luttazzi, Sabina Guzzanti e Beppe Grillo<sup>46</sup>, mentre i talk show politici si dotano di segmenti comici, come la copertina di Crozza a *Ballarò* (Raitre, 2002-2016). In questo periodo, «l'ampia diffusione della satira [...] ha posto i satiristi al centro del dibattito politico, modificando in maniera significativa la percezione pubblica

<sup>42</sup> C. GALEAZZI, *Commentare tutto, commentare bene. Storia della Gialappa's Band*, in Vice, 2018, <<https://www.vice.com/it/article/439nag/storia-della-gialappas-band-mai-dire>> (ultima consultazione: 26 giugno 2024).

<sup>43</sup> Gialappa's Band, *Mai dire noi. Tutto quello che non avreste voluto sapere*, Mondadori, Milano 2022.

<sup>44</sup> BARRA, *La sitcom*, cit., pp. 105-120.

<sup>45</sup> V. INNOCENTI, *Altro che occhi del cuore: Boris*, in *Tutta un'altra fiction. La serialità pay televisiva in Italia e nel mondo. Il modello Sky*, a cura di L. Barra, M. Scaglioni, Carocci, Roma 2012; M. MARINELLO, *Backstage all'Italiana. Televisione, comicità e immaginario nazionale in "Boris"*, Estemporanee, Formigine 2022.

<sup>46</sup> MARINELLO, «Ricordati degli amici», cit.; cfr. R. POLESE, *Satyricon: la satira politica in Italia*, Guanda, Parma 2009.



del loro ruolo»<sup>47</sup>. Nuove coppie comiche come Lillo & Greg riescono a tenersi ai margini dello scontro, ma in generale anche i meno schierati devono fare i conti con questo scenario: sul servizio pubblico radiofonico e televisivo si afferma Rosario Fiorello<sup>48</sup>, che imita con disinvoltura Mike Bongiorno, padre Georg Gänswein e Ignazio La Russa. Sulle reti commerciali, invece, *Zelig* (Italia 1, Canale 5, 1996-) segna l'ultima stagione del cabaret televisivo, lanciando le carriere di Teresa Mannino, Geppi Cucciari, Katia Follesa, e soprattutto di Checco Zalone, che canta la tarantella del centrodestra e le avventure sessuali di Berlusconi sulle note di De André<sup>49</sup>, prima di trovare la consacrazione al cinema.

La fase più polarizzata della comicità televisiva termina con la fine della stagione berlusconiana e la percezione di una sorta di «saturazione della satira»<sup>50</sup>, proprio mentre, nel 2013, entra definitivamente nell'arena politica un nuovo attore, il Movimento 5 stelle, il primo partito italiano guidato da un comico. Intanto, dopo censure e cancellazioni, si verifica una lenta migrazione dalla Rai ai canali commerciali come La7 e Nove: il primo a farla è Crozza, seguito poi da Diego Bianchi, che con *Propaganda live* (La7, 2017-) declina in chiave comunitaria e intermediale<sup>51</sup> il commento comico dell'attualità politica e sociale, con uno sguardo documentaristico, laterale ma partecipato.

Fare un bilancio di dell'ultimo decennio di comicità televisiva è estremamente complesso. Alle porte di questa nuova era prende vita Comedy Central, emittente di Sky Italia che cerca di aggregare le diverse spinte provenienti dallo *stand up comedy* italiana<sup>52</sup>, mentre comicità inizia a viaggiare non solo grazie a nuove offerte lineari, gratuite e premium, ma anche grazie ai media digitali: dalle piattaforme on-demand ai podcast, dai commenti ironici al meme sui social, dalle webserie su YouTube alle clip su TikTok. Di fronte all'«abbondanza di nicchia»<sup>53</sup>,

<sup>47</sup> F. AMORETTI, *Introduzione. Lo Stato della Satira in (trasform)azione*, in «Comunicazione politica», n. 1, p. 6.

<sup>48</sup> A. GRASSO, *Fenomenologia di Fiorello*, Mondadori, Milano 2008.

<sup>49</sup> Zalone «riscrive» De André su *D'addario e Tarantini*, in «Corriere della Sera», 12 ottobre 2009.

<sup>50</sup> A. GRASSO, *La saturazione della satira*, in «Comunicazione politica», n. 1, 2012.

<sup>51</sup> D. GAROFALO, L. PERETTI, *Propaganda Live. La tv come comunità intermediale*, in *Supertele*, a cura di L. Barra, F. Guarnaccia, Minimum fax, Roma 2020.

<sup>52</sup> A. GRIECO, *Si ride sempre con le vocali in tutte le lingue del mondo*, in «Link», n. 18, 2015.

<sup>53</sup> BARRA, *La sitcom*, cit., p. 98.

dunque, sembra che la televisione generalista rimanga indietro, eppure una logica circolare è già in moto: «la strada per il popolare, che si tratti di coralità o di individui, sempre più spesso passa da una pluralità di media differenti»<sup>54</sup>. Si tenta di ricostruire un dialogo tra (mini)generalismo e avanguardia, mentre si riscopre il valore della coralità. Un professionista di lungo corso come Giovanni Benincasa convoglia alcune nuove leve in *Battute* (2019-), da cui si origina *Una pezza di Lundini* (Raidue, 2020-) con Valerio Lundini ed Emanuela Fanelli<sup>55</sup>. *Una pezza* rinnova i linguaggi e i bersagli – in primo luogo, la comicità stessa – ma tra interviste stralunate, parodie e ritagli di Teche Rai recupera anche i classici meccanismi della meta-tv. Seguono così altri tentativi di riaggregazione del patrimonio comico nazionale in chiave contemporanea e popolare, sempre sostenute dalla rimediazione dei contenuti sui social media: tra questi possiamo annoverare *LOL – Chi ride è fuori* (Prime Video, 2021-), che adatta un celebre format internazionale ai volti comici italiani; il nuovo *Gialappa's show* (Tv8, 2023-), dove si cerca di ridare vigore alla più classica parodia della tv, della politica e delle star della musica pop; e infine *Viva Rai2!* (Raidue, 2022-2024), che raccoglie l'esperienza maturata da Fiorello in uno show mattutino che coniuga l'intermedialità digitale con la tradizione spettacolare italiana: il varietà non è morto, afferma lo showman, «ha solo cambiato ora»<sup>56</sup>.

### Temi per una storia della comicità televisiva

Non tutti i nomi e le esperienze sono riusciti a trovare spazio in questo inquadramento, che tuttavia fa emergere almeno tre macro-temi con cui ci dobbiamo confrontare. Il primo è il legame originario col varietà, «una forma di intrattenimento basata sull'alternanza di momenti spettacolari differenti»<sup>57</sup> che ha dato forma alle spinte comiche extra televisive per poi parcellizzarsi e ibridarsi con altri generi nei decenni successivi. Il varietà non scompare ma si trasforma, è un

<sup>54</sup> ID., *Una tv da ridere*, p. 95.

<sup>55</sup> A. MINUZ, *Una gran bella pezza di tv*, in «Il Foglio», 30 novembre 2020.

<sup>56</sup> E. D'AMORE, *Fiorello a Fanpage.it: "Il varietà di mattina come nuovo stimolo"*, in Fanpage.it, 21 aprile 2023, <<https://www.fanpage.it/spettacolo/interviste/fiorello-a-fanpage-it-il-varieta-di-mattina-come-nuovo-stimolo-dopo-viva-rai-2-dipende-dalle-idee/>> (ultima consultazione: 26 giugno 2024).

<sup>57</sup> G. GRIGNAFFINI, *I generi televisivi*, Carocci, Roma 2012, pp. 85-87.

«contesto» spettacolare che non riesce più a tenere assieme e a isolare dal resto del flusso le sue parti, e dunque esplode: i suoi pezzi atterrano su nuovi lidi, vengono rielaborati nei formati commerciali – la sitcom, la sketch comedy<sup>58</sup> – o si fondono con i talk show, i reality show, i talent e game show, «non a caso tutti riconducibili dal termine *show* all'area del varietà»<sup>59</sup>. La sopravvivenza del varietà in altre forme è dovuta soprattutto alla sua «unità forte e marca di genere indispensabile»<sup>60</sup>, lo sketch, un formato flessibile e modulabile<sup>61</sup> che grazie alla sua brevità e immediatezza può circolare ed essere riadattato facilmente, nonché incorporare rapidamente sia l'attualità politico-sociale che le tensioni del *backstage*<sup>62</sup>.

Il secondo macro-tema è proprio la dimensione produttiva della comicità, che possiamo indagare a partire dall'autoriflessività propria di questo linguaggio<sup>63</sup>. Sitcom, sketch, monologhi e parodie ci invitano infatti a riconoscere «le intrinseche simmetrie tra le culture di produzione e la produzione di cultura», ricchi come sono di «*insider references*» sia sul mondo della comicità che su quello della televisione<sup>64</sup>. Una volta individuate queste narrazioni, possiamo problematizzarle applicando i metodi dei *cultural studies of media industries*<sup>65</sup>, in modo da confrontare i programmi con documenti interni, memorie, inchieste e interviste sulla stampa quotidiana e di settore. Così facendo, possiamo ricostruire le carriere intermediali dei comici<sup>66</sup>, decostruire le loro *trade stories* e *self-theorizations*<sup>67</sup>, nonché riconoscere

<sup>58</sup> BARRA, *La sitcom*, pp. 103-133.

<sup>59</sup> GRIGNAFFINI, *I generi televisivi*, cit., p. 137.

<sup>60</sup> ABRUZZESE, BIANCO, BOLLA, *Con la partecipazione straordinaria di*, cit., p. 58.

<sup>61</sup> MARX, *Sketch Comedy*, cit., p. 5.

<sup>62</sup> *Ibidem*.

<sup>63</sup> *Ivi*, pp. 2-3.

<sup>64</sup> D. MANN, *Hollywood Independents*, University of Minnesota Press, Minneapolis 2008, p. 24.

<sup>65</sup> J.T. CALDWELL, *Production culture*, Duke University Press, Durham 2008; L. BARRA, T. BONINI, S. SPLENDORE, *Backstage. Studi sulla produzione dei media in Italia*, Unicopli, Milano 2016; M. MARI-NELLO, *Il «retrobottega di uno show»*. Per una storia culturale della produzione televisiva in Italia, in «Contemporanea», n. 2, 2024.

<sup>66</sup> P. VALENTINI, *Guardare la tv. Vedere l'immagine. Televisione e storia dello spettacolo*, in *Appassionati dis-sodatori*, a cura di M. Scaglioni, Vita e Pensiero, Milano 2020.

<sup>67</sup> F. DI CHIARA, P. NOTO, *Appunti per una storia un po' meno avventurosa. Produzione e cinema italiano 1945-1965*, in *Backstage*, a cura di Barra, Bonini, Splendore, cit., p. 103.

come la realizzazione della comicità sia frutto di un processo a più voci, complesso e contraddittorio<sup>68</sup>. Grazie alla triangolazione delle fonti emergono infatti tensioni tra esigenze creative dei performer e imperativi economici e politici delle reti – riassunte nell’invocazione di quella «*word cloud* proteiforme» che è la censura<sup>69</sup> – ma anche scontri «tra logiche di gruppo e figure individuali»<sup>70</sup>, tra mainstream e nicchia, tra vecchie glorie affermate ed «*beretrical newcomers*»<sup>71</sup> che ricercano legittimità e consacrazione proponendo nuovi stili.

Infine, se mettiamo un piede fuori dagli studi televisivi, ci imbattiamo in un ulteriore grado di riflessione: quello sulla propria contemporaneità, sull’attualità politica e sociale. Varietà, sketch e sitcom articolano infatti la specificità della tv, «legata alla diretta, all’illusione di vicinanza, all’effetto di realtà»<sup>72</sup>; possono svelare «la coscienza di massa della nazione»<sup>73</sup>, un immaginario comunitario e generazionale<sup>74</sup> fissato grazie alla reiterazione di battute, situazioni e personaggi che stabiliscono un legame intimo con il pubblico che li accoglie nelle proprie abitudini e routine quotidiane<sup>75</sup>.

Se per avere successo la comicità deve dunque adattarsi alle logiche seriali del medium, chi vuole proporre contenuti controversi e aggressivi, come la satira politica, percepisce, al contrario, l’indebolimento del proprio messaggio dato da questo processo di «domesticazione e accomodamento»<sup>76</sup>. Tuttavia, la reiterata banalizzazione, il costante ridimensionamento e il progressivo avvicinamento è diventato nel lungo periodo un problema anche per i potenti, che «con i loro tratti di personalità, le loro manie e idiosincrasie, i loro tic e debolezze, sono og-

<sup>68</sup> L. BARRA, *La virtù sta nel mezzo (e nel confronto)*, in «Schermi», n. 3, 2019, p. 67.

<sup>69</sup> P. NOTO, *Non è proprio censura, è più voglia di qualcosa di adatto*, in «Link – Idee per la televisione», 7 giugno 2021, <<https://www.linkideeperlatv.it/non-e-proprio-censura-e-piu-voglia-di-qualcosa-di-adatto/>> (ultima consultazione: 26 giugno 2024)

<sup>70</sup> BARRA, *Una televisione da ridere*, cit., p. 92.

<sup>71</sup> D. HESMONDHALGH, *Bourdieu, the Media and Cultural Production*, in «Media, Culture & Society», n. 2, 2006, p. 216.

<sup>72</sup> BARRA, *La sitcom*, cit., p. 167.

<sup>73</sup> B. MILLS in *ivi*, p. 36.

<sup>74</sup> BARRA, *Una televisione da ridere*, cit., p. 91.

<sup>75</sup> BUCARIA, BARRA, *Taboo comedy*, cit., p. 12.

<sup>76</sup> *Ibidem*.

getto privilegiato dell'attenzione e del cinismo dei media, che impietosi li prendono da vicino e li ripropongono ai telespettatori nei momenti umanamente più intriganti [...] fino all'eccesso della degradazione»<sup>77</sup>. Proprio mentre cerca di controllare tali processi prestandosi all'autoironia, la politica viene appunto ridimensionata, presa meno sul serio. Questo aspetto carsico, di progressiva erosione dei riti del potere da parte delle logiche del medium, emerge solo tra le righe nelle fonti, più spesso assorto nei proclami sulla libertà della satira e nella denuncia di censure e lottizzazioni. Tuttavia, la questione è molto più ampia: nel considerare l'«attrazione fatale» tra televisione italiana e sistema politico non dobbiamo dimenticare come il secondo si sia fatto sedurre dalle logiche del medium proprio quando cercava di controllarle<sup>78</sup>. La storia della televisione è (anche) «la storia della progressiva affermazione dell'intrattenimento»<sup>79</sup>, e la comicità, pur nei limiti imposti, sfrutta la visibilità e la personalizzazione dei leader, nonché la «presentazione in chiave pop della politica, delle storie politiche e dei suoi protagonisti»<sup>80</sup>. Dalla seconda metà degli anni Settanta si accelera infatti quel processo di spettacolarizzazione pubblica del vissuto privato<sup>81</sup>, che ha un cuore potenzialmente comico nell'accostamento, prima, e nella confusione, poi, tra informazione e intrattenimento, tra divi della tv e parlamentari, tra serio e faceto. La comicità, dunque, con le sue imitazioni, i suoi sketch, le sue decostruzioni medialì, politiche e sociali, potrebbe aver avuto un ruolo rilevante nel confondere – e talvolta risolvere – le differenze tra i diversi partecipanti al gioco comune della tv, che ha fatto sedere allo stesso tavolo conduttori e pubblico, segretari di partito e sbrette, imitatori e candidati, portavoce di partito e pop star.

<sup>77</sup> MAZZOLENI, SFARDINI, *Politica pop*, cit., p. 60; cfr. anche N. COSTA, *Il divismo e il comico*, Eri, Torino 1982, p. 43.

<sup>78</sup> F. ANANIA, *Potere politico e mass media*, Carocci, Roma 2012; R. BRIZZI, *Televisione e politica in Europa nella svolta degli anni Sessanta*, in «Ricerche di storia politica», n. 2, 2014; C. TRYON, *Political tv*, Minimum Fax, Roma 2018.

<sup>79</sup> ORTOLEVA, DI MARCO, *Luci del teleschermo*, cit., p. 141

<sup>80</sup> MAZZOLENI, SFARDINI, *Politica pop*, cit., p. 27.

<sup>81</sup> A. TONELLI, *Stato spettacolo. Pubblico e privato dagli anni '80 a oggi*, Bruno Mondadori, Milano 2010.