

Bongiorno, il giovedì, sugli schermi di Canale 5 (23.12.82). In Mike si fonde mirabilmente il massimo dell'americanizzazione e il massimo del provincialismo italiano. Personifica il buonsenso dell'italiano medio aggiornato attraverso il *tic* dell'efficientissimo americano: il quiz, il sondaggio, il protagonismo, la pubblicità.

Ma la figura di Mike permetteva un'ulteriore saldatura: quella con la memoria storica della RAI di cui rappresentava la prima star. E' dalla fusione del vecchio varietà con i modelli RAI collaudati, che nasce la formula vincente dello show tutt'ora praticata. Pur conservando la griglia tipicamente americana del palinsesto, ed anzi, seguendo le sue esigenze, i contenuti specificatamente italiani stavano prendendo il sopravvento.

Questo fenomeno fu dovuto alla necessità di fronteggiare la RAI anche nei giorni in cui aveva creato consolidate abitudini d'ascolto (venerdì-sabato).

*Per combattere lo specifico televisivo italiano, i network dovevano imparare la madrelingua.*

Se la fase americana delle emittenti private coincide con la loro ascesa, dopo il loro consolidamento, anche lo stile americano viene abbandonato ed assistiamo ad una completa inversione di tendenza.

Chi accende oggi il televisore, può constatare sulle private, una massiccia presenza di *star* televisive ex-RAI e di comici italiani, circondati da vedettes "maggiorate" secondo una tradizione che attinge alla TV interregionale, al cinema italiano di genere, al repertorio RAI del periodo bianco e nero.

Questo materiale costituisce l'archeologia della TV italiana che l'emittenza commerciale ha saputo rinnovare con uno spregiudicato assemblaggio "post-moderno".

Carlo Freccero