

# Videocracy

**Un documentario sugli ultimi trent'anni di televisione italiana, pubblica e privata, e sui suoi effetti sul costume nazionale. Passato alla Mostra del cinema di Venezia, il film raggiunge ora le sale. Poche**

DI **CESARE BORNAZZINI**

Chissà se riusciremo a vederlo. Rai e Mediaset hanno deciso di non trasmetterne il trailer e *Videocracy*, passato alla mostra del cinema di Venezia, ora dovrebbe raggiungere le sale (il condizionale è d'obbligo), in trenta copie, distribuito dalla Fandango di Domenico Procacci. Non avendolo ancora visto non sono assolutamente in grado di recensirlo, ma ritengo che l'argomento che affronta questo documentario di ottanta minuti - l'influenza della tivù sugli italiani nell'ultimo trentennio - sia estremamente interessante. Penso che l'ostracismo dichiarato al film sia dovuto a ragioni miseramente politiche (di potere) e ciò, come farmacista, non m'interessa più di tanto, mentre mi sembra interessante valutare qual è stato, anche sulla farmacia, l'impatto di trent'anni di televisione sempre più "commerciale". Quando c'è stata l'esplosione delle televisioni, allora definite "libere", i meno giovani di voi ricorderanno: se la sera passava lo spot di un certo lassativo, il giorno dopo era una processione ad acquistarlo, non c'era verso di consigliare altro. Sicuramente anche i fatturati delle farmacie hanno beneficiato della pubblicità, ma non si può negare che l'immagine del farmacista, dispensatore di farmaci si sia offuscata per lasciar spazio al "carisma" dell'elettrodomestico. Le farmacie nel corso degli anni si sono in un certo senso adeguate alla pubblicità favorendo il consumismo e, in tempi recenti, ciò ha permesso al duo Storace-Bersani di emanare decreti quanto meno bizzarri. Un altro effetto rilevante della televisione è stato il condizionamento del telespettatore con il continuare a proporre modelli di vita e di costume sempre più discutibili e mai esaurientemente discussi. Grazie alla tivù (a certa tivù) è ormai tutta un'apoteosi di veline, escort, jackpot e passa il messaggio che "la vera vita" è un'altra, ben diversa da quella che quotidianamente, faticosamente viviamo. Lo Stato lucra con Gratta e vinci e Superenalotto sui nostri miseri sogni indotti dalle tivù, lasciandoci, dopo l'estrazione, sempre più delusi e fiacchi. Negli ultimi quarantacinque anni i suicidi sono aumentati del 60 per cento. È un dato freddo e statistico che non emoziona più di tanto, a meno che non lo si associ all'immagine dell'ultima nostra giovane cliente che si è suicidata. Dove voglio arrivare? Una certa tolleranza da parte di alcuni farmacisti nell'esigere la ricetta per certi farmaci non è certo una novità di questi ultimi anni, da sempre esistono colleghi ghiotti e a volte famelici disposti a tutto pur di battere uno scontrino, ma non è il caso. Soprattutto i nostri giovani, grazie alla tivù che anche noi abbiamo alimentato, sono sempre più disorientati, deboli e soli, prede di false illusioni e altre insidie come alcol e droga; almeno noi, facciamo i seri e cerchiamo di spacciare solo chiacchiere (buoni consigli e parole di conforto dopo aver ascoltato). Tornando al film, appare sorprendente la decisione di Rai e Mediaset di non trasmettere i trailer di un film di cui è prevista l'uscita a giorni nonché la sua partecipazione ai festival di Venezia e Toronto. Sono disposto a scommettere che questa ennesima censura finirà per ottenere l'effetto di far correre la gente a vedere il film. Speriamo sia carino, d'altronde il bergamasco (ma vive in Svezia) Erik Gandini ha già firmato documentari interessanti e pluripremiati. All'estero.



**REGIA E PRODUZIONE:** Erik Gandini

**PRODUTTORE ESECUTIVO:**  
Kristina Aberg

**COPRODUZIONE:**  
Zentropa Entertainment 7,  
Mikael Olsen, Svt Swedish Television,  
Axel Arnö

**EDITING:** Johan Soderberg

**FOTOGRAFIA:** Manuel Alberto Claro  
e Lukas Eisenhauer

**MUSICA:** Johan Söderberg  
e David Österberg