

Prefazione

Contemporaneamente alla nascita della televisione italiana si inaugura un genere televisivo che diverrà colonna portante della Tv e parte inscindibile di essa durante tutta la sua naturale crescita ed evoluzione: il telequiz.

Dalla sua prima apparizione sui teleschermi in bianco e nero, pur attraversando alti e bassi, a differenza degli altri generi che il piccolo schermo proporrà ai suoi fedeli telespettatori nel corso dei decenni, il quiz è sempre riuscito a destare l'interesse, non solo degli appassionati, ma anche di tutti coloro che, in una maniera o nell'altra, si sono soffermati ad assistere soltanto a qualche puntata o ad un qualsiasi momento dello stesso.

È innegabile, difatti, che questo tipo di programma riesca a coinvolgere ogni tipo di telespettatore, e particolarmente, l'intera famiglia che si diverte a sfidarsi a chi più ne sa e ad identificarsi con i concorrenti impegnati a rispondere alle domande più svariate, ritrovandosi a tifare spontaneamente per gli stessi, per esultare o dispiacersi poi, per le loro imprese.

Già dai primi albori, il quiz ha avuto la capacità di trasformare i suoi presentatori in divi televisivi, Mike Bongiorno ne è l'esempio più classico, e creare, molto prima di qualsiasi reality, personaggi divertenti ed eccentrici, che non sono altro che il riflesso di quell'Italia che vuole provare a cambiare e migliorare, partecipando ad una sorta di solenne celebrazione caratterizzata da elementi "sacri" che sono entrati per gioco forza nell'immaginario collettivo, come la cabina, le buste, il pulsante e il tabellone, che il solo menzionarli, riconduce immediatamente ed inevitabilmente ai giochi televisivi.

Proprio perché ha la caratteristica di essere una grandiosa cerimonia, il quiz deve avere necessariamente una capillare preparazione e rispettare tutti i requisiti e le regole che rendono sacri i suoi

meccanismi, come il ritmo perfettamente scandito dal tempo delle domande, i suoni dei pulsanti, i diversi *jingles* che sottolineano le varie fasi, le inquadrature del regista, riuscendo così a diventare un'immane abitudine per milioni di telespettatori e ad instaurare un'autentica affezione.

Sta di fatto che questo genere televisivo ha sempre saputo leggere ed interpretare i vari cambiamenti sociali ed economici. Passando dai grandi esperti in materie classiche a quelli che tentano semplicemente la fortuna, dall'unica prima serata all'intera giornata, dall'essere collocati inizialmente al mattino per poi trovare spazio al pomeriggio e sino a notte fonda. Dalle vincite consistenti da enormi montepremi a modeste somme di denaro o piccoli oggetti, che valgono comunque la soddisfazione della vittoria e soprattutto della partecipazione.

Centinaia di migliaia, difatti, sono ogni anno le richieste che arrivano da ogni luogo dello stivale, tanto che vengono costantemente organizzate affollatissime audizioni per scegliere chi far partecipare. Ma se agli esordi della televisione gli innumerevoli e disparati provini venivano svolti dapprima telefonicamente, per poi sottoporre fisicamente gli aspiranti concorrenti a ripetute e severe prove selettive prima di ammetterli al gioco, in tempi recenti tutto avviene semplicemente e velocemente con una videochiamata.

Non necessita più, però, che i candidati dimostrino di essere preparati o particolarmente abili, adesso è sufficiente che siano simpatici e telegenici, ancora meglio se di bell'aspetto, così da tentare qualche spettatore in più. Confermando, in tal modo, che il telequiz continua ad essere specchio dei tempi, oltre che campione di ascolto.

Da chi vuole partecipare solo per puro divertimento, a chi invece per reale necessità, sperando in qualche vincita per poter raggranellare qualche soldo in più, i concorrenti e il pubblico dei game show sembrano incarnare perfettamente il testo dell'ormai celeberrima canzone di Renzo Arbore *La vita è tutta un quiz*, in cui recita

«siamo un popolo di concorrenti e alla conquista del quiz partiremo, bisogna vincere e vinceremo».

Pertanto, attraverso l'analisi del percorso televisivo dei telequiz che più hanno avuto il merito di entrare nell'immaginario collettivo e di aver contribuito, in diversa misura, a caratterizzare la televisione dalla sua nascita ai giorni nostri, si vuole tracciare anche uno spaccato della storia della televisione italiana e al contempo il cambiamento della società nei diversi decenni. Si vuole, quindi, semplicemente raccontare attraverso storie, racconti, curiosità e aneddoti di alcuni tra i più conosciuti e rappresentativi giochi a premi, entrati di diritto nella cultura e nella memoria degli italiani, l'impatto sociale e culturale che hanno operato e che hanno fatto sognare, divertire e vincere generazioni di italiani, per farli scoprire che, oltre ad essere poeti, santi e navigatori, sono anche un popolo di concorrenti.

Arrivando alla conclusione, sempre citando l'azzeccatissima canzone di Arbore, che la vita, come la Tv, è davvero tutta un quiz.

I. Gli Inizi

Risale addirittura al 1932 quello che viene considerato il primo quiz radiofonico che porta il titolo di *Vox Pop*.

In onda sull'emittente americana KTRH di Houston, il programma nasce con il semplice intento di intervistare gente comune, ignari passanti che vengono avvicinati per strada dagli ideatori e conduttori Parks Johnson e Jerry Belcher, intenzionati a far emergere la *vox populi* sull'imminente confronto elettorale tra i candidati alla Presidenza degli Stati Uniti d'America, Herbert Clark Hoover e Franklin Delano Roosevelt, impegnati in una delle più dure campagne elettorali della storia americana.

La capacità dei conduttori di fare domande a degli sconosciuti, mettono in luce la voglia di mettersi a nudo e di ridere di sé stessi, così da rendere il programma gradevole e divertente, conquistando una popolarità tale da riuscire a far proseguire la sua messa in onda anche dopo le tanto discusse elezioni, traslocando dalla radio alla televisione, prima sul network NBC di New York con una programmazione regolare, poi sulla CBS, con conseguente cambio di conduzione e collocazione, riuscendo a diventare itinerante tra i luoghi più disparati, come ad esempio Cuba e Messico.

L'introduzione degli sponsor per sostenere il programma, senza i quali non può continuare ad essere trasmesso, portano, però, ad un radicale cambiamento. Si tralascia, infatti, la situazione politica per dare ampia rilevanza alla dimensione interrogativa.

Lasciata la strada, il quiz inizia a trovare una sua naturale collocazione all'interno degli studi televisivi, che alla consueta formula che si divide tra interviste, show e gioco, aggiunge la massiccia partecipazione del pubblico.

Così in *Professor Quiz* del 1936, il professor Craig Earl propone ai sei concorrenti interrogativi semplici, di livello scolastico, poco

più che indovinelli, e le domande proposte sono spesso selezionate tra quelle che gli ascoltatori da casa sono invitati ad inviare. Ma è anche la prima occasione per distribuire un premio in danaro. Infatti, sia l'ascoltatore prescelto che il concorrente vincitore ottengono rispettivamente la somma di 25 e 15 dollari, facendo dell'interattività una dimensione fondante.

Dopo *Professor Quiz*, diventato nel frattempo ancora più intellettuale ed educativo, sempre nel 1936, arriva *Uncle Jim's Question Bee*, condotto da Jim McWilliam sul network NBC, in cui le domande rivolte a sei concorrenti, tre uomini e tre donne, si fanno meno banali e di difficoltà crescente con l'incalzare dei secondi.

Il dialogo con i telespettatori, che inviano sempre domande da proporre, si fa ancora più fitto, tanto che per renderli più partecipi, per la prima volta, si crea un omonimo gioco da tavolo, che diverrà poi una consuetudine per tutti i telequiz, soprattutto negli anni Ottanta.

Ma è nel 1938 con *Information Please*, condotto da Clifton Fadiman, che il quiz riceve la sua definitiva consacrazione.

Il programma riscuote un enorme successo, non tanto per le vincite erogate, che nel corso degli anni per chi invia domande aumentano dai 2 dollari iniziali fino ai 50, con l'aggiunta, poi, dell'intera Enciclopedia britannica, ma per la centralità dell'esercizio intellettuale. Il gioco, che consta anche di divertenti momenti di spettacolo, prevede una speciale giuria di esperti, composta da quattro personaggi noti della politica, cultura e dello spettacolo, che devono, difatti, rispondere correttamente alle domande.

Proprio l'assiduo intervento del pubblico da casa, che invia fino a 75.000 lettere a settimana, con domande che lasciano il più delle volte la giuria senza parole, fa raggiungere il programma i dieci milioni di telespettatori, facendolo durare per ben 13 stagioni, nel corso delle quali si inaugura, per la prima volta, anche la prassi di registrare le puntate.

Medesimo successo anche per *Quiz Kids*, nato in radio e approdato poi in Tv nel 1949. Il meccanismo non brilla per originalità:

domande inviate dai telespettatori e formulate dal conduttore Joe Kelly, che ha per concorrenti 5 ragazzini, scelti sicuramente per il loro particolare quoziente intellettuale, ma anche per la loro forte personalità, velocità, senso dell'umorismo, e soprattutto per il forte impatto sul video, che divertono e appassionano il pubblico tanto da iniziare a far spostare l'attenzione degli spettatori dal contesto del gioco ai concorrenti.

Infatti, il presentatore, pur continuando a rimanere il fulcro del programma, i concorrenti e il pubblico, iniziano ad assumere una rilevanza tale da strappargli il ruolo di protagonista.

Altro caso è quello di *Winner Take All*, anch'esso nato in radio nel 1946 per migrare in Tv due anni dopo, in cui si vede per la prima volta il concorrente vincitore della puntata ritornare in quella successiva, così da iniziare a creare una sorta di continuum e dare al pubblico la possibilità di affezionarsi al programma e di conseguenza fidelizzare i telespettatori.

Il conduttore Bill Cullen, pone una serie di domande: il primo dei due concorrenti che dà 3 risposte corrette vince un premio e la possibilità di incontrare un nuovo sfidante. Ma è anche il primo quiz ad utilizzare dei sistemi elettrici: i due concorrenti hanno, infatti, due pulsanti, uno con un suono di cicalino e l'altro quello di una campanella, che devono schiacciare per rispondere per primi.

Ma si tratta di domande e giochi semplici, come indovinare un motivo o un qualcosa che è mostrato loro solo molto rapidamente oppure bendati, o ancora indovinare il tipo di bottiglia che hanno tra le mani.

La Tv americana punta, quindi, su giochi semplici e alla portata di tutti, ereditati dal mondo radiofonico.

Un ulteriore esempio è *Twenty Questions* del 1949, sempre proveniente dalla radio, in cui gli spettatori inviano da casa oggetti molto particolari e un concorrente, senza rivelarlo, risponde con un Sì o No ad un massimo di 20 domande fatte dagli altri concorrenti che devono cercare di indovinarlo. Nel corso delle sei edizioni

ci saranno delle varianti come sapere l'oggetto a quale categoria appartiene.

C'è poi *You bet your life*, in radio dal 1946 e in Tv dal 1950, che si distingue per la presenza del pubblico in studio e per la capacità d'improvvisazione del conduttore Groucho Marx, che per questo si necessita della registrazione delle puntate, non solo per garantire le repliche sulle Tv locali affiliate, ma per avere la possibilità di tagliare le scene visto che l'improvvisazione di Marx fa sfiorare il tempo a disposizione del programma più dei trenta minuti previsti per la durata della trasmissione.

Il quiz consta di tre coppie di concorrenti scelti tra il pubblico che si sfidano su domande non impegnative. Ma più che con le domande, i concorrenti devono affrontare un confronto dialettico con il conduttore che interagisce brillantemente con i malcapitati che diventano così, vittime delle sue irresistibili battute, che hanno la capacità di attirare, in tal modo, non solo i telespettatori amanti dei quiz, ma anche di quelli della commedia.

L'interazione con il pubblico diventa massima con "il gioco della parola segreta". All'inizio di ogni puntata, infatti, il pubblico in studio viene informato su quale fosse la parola segreta e se i concorrenti che hanno perso durante la puntata la pronunciano, anche grazie all'intervento del conduttore che porta il discorso su argomenti che facilmente possono contenerla, vincono 100 dollari extra e tornare a casa comunque con un premio.

La scenografia essenziale, composta pressoché da una scrivania per il conduttore, un tavolo per gli esperti e scritte pubblicitarie, e il meccanismo del gioco, danno la possibilità al programma di poter andare in onda contemporaneamente sia in radio che in televisione.

La svolta arriva nel 1954 con la pronuncia della sentenza da parte della Corte Suprema che decide di non considerare più il quiz come un gioco d'azzardo, svincolandolo, dunque, dai controlli finanziari e aprendo, difatti, la strada alle grandi vincite in danaro.

Nascono così i big money show in diretta e in posizione dominante nella programmazione serale ed iniziano a fare appello ad

una cultura elevata e a conoscenze di livello accademico, oltre a strutture apposte come la cabina di isolamento, non solo per la necessità di escludere il concorrente dai suggerimenti, ma soprattutto per un'esigenza scenica, provando fisicamente il concorrente ed esaltare la sua prestazione grazie al volto sudato e il respiro affannoso, visto che nella stessa cabina viene spenta l'aria condizionata.

Ma la loro vita sarà tuttavia breve, travolti dallo scandalo di due anni più tardi con la conseguenza che i grandi quiz show, trasmessi settimanalmente in prima serata, lasceranno il passo ai giornalieri e diurni game show.

Infatti, in *Twenty One*, in onda dal 1956 sulla NBC e condotto da Jack Barry, non c'è un limite al montepremi ed il concorrente vincitore rimane in video puntata dopo puntata finché non viene sconfitto da un nuovo concorrente.

Ma nel 1958, iniziano denunce e testimonianze di brogli all'interno del quiz, come quella di Herbert Stempel che viene sconfitto da Charles Van Doren aiutato da alcuni suggerimenti della produzione e degli sponsor, poiché la permanenza di Stempel all'interno del programma sta facendo perdere ascolti e perché Van Doren risulta essere più telegenico. Così Stempel accetta di sbagliare la risposta quando la produzione glielo impone con la promessa di una luminosa carriera televisiva. Poi però, sciupato il denaro vinto e il temporeggiare della promessa fattagli, lo fa ritornare sui suoi passi e fa scattare la denuncia.

Viene istituita una commissione d'inchiesta parlamentare, tutti i dirigenti che hanno avuto a che fare con i telequiz vengono licenziati, i programmi a quiz con grandi budget sospesi. Lo scandalo porta con sé, di conseguenza, il decadimento dei big money show che vengono semplicemente chiamati game show, proprio per distaccarsi dal contenuto del quiz puro e sottolineare, invece, la caratteristica di gioco e divertimento e soprattutto le piccole somme in palio.

Visto che in realtà, fino a quel momento non esiste alcuna normativa che potesse accusare di frode i protagonisti della vicenda,

poiché in un telequiz non era un reato contestabile, il Congresso degli Stati Uniti, si affretta ad emanare una legge in cui si dichiara che truccare un quiz show televisivo è un reato federale.

Ma prima ancora di *Twenty One* e dello scandalo che lo travolge, è il produttore Luis Cowan, tra i primi a maturare l'idea di un quiz a montepremi con jackpot, ossia una grande somma in denaro, con la versione televisiva di *Take it or leave it*, che farà la storia dei quiz.

Nell'originale programma radiofonico lo schema prevede un concorrente rispondere a domande a difficoltà crescente fino alla domanda finale del valore di 64 dollari. Con la trasposizione televisiva, nel 1955 sulla CBS, il quiz diventa *The \$64,000 Question*, in cui il meccanismo sarà identico, ma il montepremi finale sarà pari a 64mila dollari e di una Cadillac come premio di consolazione.

Il quiz presentato da Hal March, diventa un fenomeno di costume tanto che, non solo lo stesso Eisenhower, presidente degli Stati Uniti, non vuole essere disturbato mentre il programma è in onda, ma anche l'intero Paese si blocca, riducendo, in tal modo, incredibilmente e drasticamente il tasso di criminalità della nazione, ma paradossalmente, anche la presenza nei cinema, teatri e ristoranti, guadagnando, così, la prima posizione nella classifica degli ascolti.

Un destino preannunciato, visto che quando sarà acquistato in Italia per diventare il primo quiz della storia della televisione italiana con il titolo di *Lascia o raddoppia?*, si vivranno le identiche situazioni.