

Raitre sbarca in Inghilterra «Samarconda» fa scuola e la Bbc chiede il permesso di copiare

La Bbc la prima rete televisiva inglese ed una delle televisioni più prestigiose del mondo prende spunto dalla Rai ed in pratica la «copia» Per la precisione stiamo parlando di Raitre ed in particolare di quello stile inconfondibile che caratterizza molti dei suoi programmi e che ha in Samarconda il suo campione

Per indirizzare gli spot È nata «Eurospace», ovvero come ti prevedo i numeri dell'Auditel

Nasce dalla costola di un'agenzia pubblicitaria (la Tawa) e si chiama Eurospace Una nuova società come tante che vengono create dal proficuo terziario avanzato? Sì ma c'è qualcosa di più Provate a pensare all'Auditel e contemporaneamente alla palla di cristallo e avrete ben chiaro che cosa si propone Eurospace Ma bravo, la lettura anticipata dei dati sugli ascolti televisivi Una pensata che complica ancor più la vita di quelli che già non ne possono più della battaglia dei numeri che ossessiona autori artisti e inserzionisti pubblicitari Ai quali «spoveracci» capita di comprare spazi pregiati e vedersi svalutati dalle scelte estemporanee del pubblico. Al nobile scopo di «ottimizzare gli investimenti» nasce appunto Eurospace che offre ai suoi clienti (modica cifra di 50 milioni) gli scenari futuri dei nostri comportamenti elettronici Per farlo con credibilità ha studiato quelli passati, scoprendo costanti e stranezze del nostro instabile rapporto col telecomando Il servizio per oggi è gratuito ed ecco che vedremo stasera (domani potremo verificare se i risultati sono giusti) Raitre (Europa Europa) sarà vista da 6.246.000 telespettatori (share del 25,9%) Raidue (I nuovi mostri) 3.061.000 e 12,5%, Raitre (Alla ricerca dell'Arca) 1.964.000 9,5%, Canale 5 (La Corrida) 6.528.000 28,6%, Italia 1 (L'urlo di Chen) 2.945.000 12,1%, Retequattro 1.701.000, 6%

Un'ampia indagine della Rai analizza l'«immagine» che le tv sanno dare di sé per «catturare» pubblico

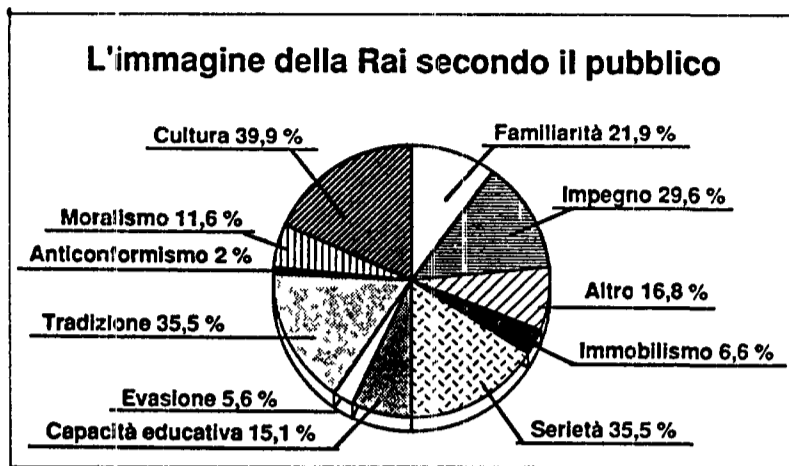
La tv pubblica è «solida, tradizionale e affidabile» La Fininvest «leggera, giovane e imprenditoriale»

L'incubo dei «televariati»

La Rai è «tradizionale», «solida», «affidabile» La Fininvest «leggera», «veloce», «giovane» È l'immagine che il pubblico ha della tv, al di là degli ascolti, al di là - anche - delle novità positive o negative delle due aziende televisive, del calo d'ascolto delle reti di Berlusconi, dei programmi innovativi di Raitre Un ampio sondaggio «racconta» come è cambiato e cosa vuole il pubblico della tv

SILVIA GARAMBOIS ROMA Ci sono i Televariati e i Contesi i FiloFininvest e i FiloRai visto da dietro lo schermo il pubblico appare così. Quattro piccoli esercizi di movimento, che impazzano col telecomando E che tengono col fiato sospeso i funzionari delle tv. L'Osservatorio immagine - istituito dalla Rai per il secondo anno (ma c'era stata anche un'indagine pilota) - ha cambiato il campione d'ascolto (di circa 1.500 persone) allargandolo ai ragazzi dai 15 ai 19 anni e sono apparsi più evidenti gli spostamenti dei telespettatori dall'una all'altra rete

I Televariati sono aumentati del 3 per cento (raggiungendo il 20,9% dell'ascolto) è il pubblico, più difficile da catturare, è il pubblico di lettori di quotidiani con un consumo televisivo alto composto in prevalenza da studenti, artigiani, commercianti e casalinghe Anche i FiloFininvest sono in aumento (il 14,4% ovvero 2,3% in più), sono soprattutto studenti casalinghe e operai, che consumano molta tv per divertirsi ma anche per informarsi («non debolissimi» lettori di quotidiani) Il 31,9 per cento del pubblico è invece decisamente FiloRai soprattutto uomini oltre i 35 anni, con scolarità medio-superiore o laurea, imprenditori, impiegati, liberi professionisti o insegnanti, è un pubblico politicizzato in modi diversi. E tra i FiloRai c'è il unico segno negati-



La Carrà e Piero Chiambretti, immagini della vecchia e della nuova Rai

ascolti - il pubblico dà alla Fininvest l'immagine di Berlusconi dal 1° al 5° canale, viceversa per la Rai le novità di una rete non vengono «integrate» nell'immagine aziendale, che continua ad avere semmai i connotati di Baudouin della Carrà, cioè di una tv che non riesce a rinnovarsi e si ripropone uguale a sé stessa (e c'è da tenere che l'identificazione

televisivo) Ma la qualità dei programmi la professionalità e la pluralità di opinioni insieme alla ricchezza su tutto il territorio nazionale restano dominio incontrastato Rai mentre i punti di debolezza sono la burocratizzazione e la dipendenza dai partiti Alla Fininvest viene invece riconosciuto il primato della capacità imprenditoriale e giovanile che riconoscono soprattutto qualità di fare una tv che piace. Ma anche l'iperforia pubblicitaria è indicata come una delle caratteristiche delle reti (dato già rilevato l'anno scorso) I lig vengono considerati in larghissima maggioranza obiettivi. Ma il pubblico ha dei le richieste: da fare ancora servizi di attualità e documentari alla Rai ma soprattutto alla Fininvest e poi film e programmi musicali. Mentre i telegiornali sceneggiati e telegiornali bastano e abbondano Ci sono anche i soddisfatti «Va tutto bene così» il 33 per cento degli intervistati a proposito della Rai e il 19,8 a proposito della Fininvest

Tv «in rosa» durante i Mondiali Fininvest, «l'anticalcio»

MARIA NOVELLA OPPO

MILANO Annunciando la grammatica prossima «in rosa» Fininvest il capo del palinsesto Giorgio Gori ha fatto alcune precisazioni considerazioni una sorta di bilancio della situazione in corso La novità più rilevante non si è nel titolo né nei risultati di ascolto delle singole trasmissioni. Si invece il fatto che il pubblico globale della tv di prima serata è aumentato di oltre due milioni di persone. Tendenze che va controcorrente a quella europea e forse planetaria. Quindi l'interesse per la tv da noi non è e di certo non c'è una mancanza della temperie calcistica mondiale. Appuntamento al quale la Fininvest si prepara con la serena consapevolezza di fare una tv di consenso che si rivolge soprattutto al pubblico femminile e a tutti coloro che del palone già in anticipo non ne possono più. Guagno sarà dunque dovuto non all'audience ma ad un'operazione di simpatia verso le donne pubblicamente dagli inserzionisti pubblicitari. De resto Gori ha ricordato durante gli ultimi Mondiali di Berlusconi ragionando 137 dell'ascolto E illusioni questi calcoli sorgevano le scelte delle reti Fininvest e due delle quali (1 canale 5 e il 4) hanno già normalmente un pubblico più «rosa» di quanto si pensi. Invece di un «azzurro Italia 1» invece è il «verde» di Rai 1 che si vede. Il «verde» di Rai 1 è un «verde» di Rai 1 che si vede. Il «verde» di Rai 1 è un «verde» di Rai 1 che si vede.

Oltre alla prevedibile propensione di fiction televisiva e cinematografica a forte impatto sentimentale arriverà qualche scintilla speciale come per esempio una serata dedicata alla «Pazza tv» di Antonio Ricci (1 giugno) un festival del mondo della magia (8 giugno su Canale 5) una rockfesta benedicta da Londra (30 giugno) e l'ultima si è potuto poi contro la richiesta a furor di popolo del mondo della ennesima replica di Uccelli di Rovo. Così come alcune sperate novità di successo della stagione saranno messe in prima serata per offrire un'ambizione di salvataggio a tutti quelli per cui la palla non è solo rotonda ma anche noiosa. Ed ecco una serie quotidiana serale di mercoledì per «C'era una volta un'isola» (che sarà di fatto tra noi di smentire la sua di propria nicchia). Mentre la teleovale Topazio che ha più che raddoppiato gli ascolti iniziali (da 1.800.000 spettatori a circa 3 milioni) debutterà addirittura in prima serata a partire dal 30 aprile resuscitando la Rete 4 di Rai 1. La quella mondana delle origini «troncata» proprio da Berlusconi a colpi di serial americani. Del resto l'estate non è certo nuova ai titoli. Se la Rai annuncia dopo i Mondiali un diluvio di repliche la Fininvest propone alcune produzioni nuove ma già collaudate. Il titolo sono «Una rotola sul mare», «Bellezze al bagno» e «L'eterno No.1» presentarsi si annuncia qualche make up e l'inserimento nei vari cast di personaggi di stagione. Come per esempio Gene Gnocchi che, oltre a far parte come consueto della band di Emilio (versione Emilio 90), sarà anche in tenuta tainca nella «Rotonda sul mare». Staremo a vedere con che esiti il personaggio e se ma ha bisogno di una cornice adeguata al suo spirito surreale. Emilio 90 non dovrebbe patire anzi il programma al seguito dei Mondiali si annuncia (a partire dal 4 giugno) come una delle poche novità vecchie. Un'altra novità retro è la «Dive in story» che debutterà forse addirittura in agosto. Infine tra tanti titoli che non siamo in grado di elencare tra gli sceneggiati Usa ci piace citare il ritorno di «Venti di guerra» (che segno la sconfitta e la caduta di Rete 4 nelle mani di Berlusconi) un ritorno che non viene sicuramente a grande richiesta ma che serve ad anticipare la programmazione di «Ricordi di guerra» seguito non necessario sempre interpretato dal grande Robert Mitchum con il minimo del suo granitico impegno.

Grid of TV program listings for Raiuno, Raidue, Raitre, TMC, Scegli il tuo film, Odeon, and Radio channels, including titles like 'La leggenda di Lobo', 'Patatrak', 'Musica musica', etc.