

Spettacoli

RAIUNO. Una striscia per Red Ronnie e il «Disco per l'estate» con Claudio Cecchetto

Playback o nostalgia? Sfida in tv

Non si sono dati appuntamento ma tra qualche giorno li rivedremo entrambi alla Rai: Red Ronnie, un passato alla Fininvest e un presente a VideoMusic, pronto a ripartire sul filo della memoria (come nel suo *Roxy Bar*) una striscia quotidiana per Raiuno dal titolo *Mi ritorni in mente*. E Claudio Cecchetto, fedelissimo di Berlusconi, eccezionalmente anche lui alla Rai per condurre la nuova edizione di *Un disco per l'estate*.

ALBA SOLARO

ROMA «La musica in tv? Funzionano solo le classifiche e le versioni corte delle canzoni giuste come presentazione. Perché la musica va ascoltata su disco. Non fa audience? Ma è solo la brutta musica che non fa audience. Infatti quando c'è buona musica arrivano anche gli spettatori lo dimostra il Festivalbar». Parola di Claudio Cecchetto l'uomo dietro le quinte del karaoke della dance giovanilista stile 883 il volto discografico del berlusconesimo l'uomo per il quale una bella voce di per sé non è un valore se poi non serve a vendere i dischi. «Giorgia? Dovrebbe andare a fare il karaoke» buttava giù qualche giorno fa presentando *Un disco per l'estate* (su Raiuno dal 14 al 16 giugno). E ieri a Roma approfondiva il concetto. «Con il karaoke abbiamo scoperto che in Italia di bellissime voci ce ne sono tante. Quello che voglio dire è che essere bravi non basta se poi non fai qualcosa di fruibile se non hai un buon repertorio». Giorgia ringrazia sentitamente. E forse si starà chiedendo cos'ha lei meno di Caterina la 17enne scoperta di Castrocaro che ha appena pubblicato un disco con Fiorello (quello sì fruibile) e che fa parte dei dieci giovani in gara al *Disco per l'estate*.

Transfuga dalle braccia della Fininvest a quelle della Rai (però dice - ho notato che mentre io sono su Raiuno c'è Mara Venier su Canale 5 e la pax televisiva) Cecchetto sogna che la gara da lui presentata diventi una sorta di «Sanremo estivo» con canzoni che ti «facciano sentire che sta arrivando l'estate, quindi niente lentazzi o canzoni di protesta» e poi vinti e vincitori tanto per dare un po' di suspense ospiti e collegamenti speciali il 16 ci sarà infatti una «finestra» sul concerto di Jovanotti, Ramazzotti e Daniele.

E mentre Cecchetto sogna Red Ronnie ricorda. *Mi ritorni in mente* è il titolo del programma che il roscio presentatore chiuse il fortunato ciclo di *Roxy Bar* condurrà su Raiuno per tutta l'estate a partire dal 20 giugno (lunedì e venerdì 19.10) un vero salvagente buttato alla fascia preserale che in mano a Frascua non ha mai decollato. Anche se Red Ronnie assicura che «l'audience non è assolutamente il

mio scopo» e il direttore di Raiuno Delai suggerisce che i Auditel (ha fatto un'epoca ma ora quell'epoca è finita. Perché dobbiamo trattarci da mentecatti? Siamo qualcosa di più che una risposta ad un sondaggio).

Mi ritorni in mente sarà un viaggio attraverso quarant'anni di musica italiana curiosando nel ricchissimo archivio di immagini della Rai che per Red è come il paese di Bengodi: ogni puntata avrà il suo tema i suoi ospiti («mi hanno già detto di sì Bobby Solo Gianni Morandi Lucio Dalla forse ci sarà anche Vasco Rossi») le sue storie «raccontate con tempi umani dove non ci sarà nulla di finto niente lustri o vallette svestite. Solo il fascino delle canzoni con le emozioni che sanno evocare. Quando nel suo spettacolo sotto il tendone Morandi cantava prima *Fatti mandare dalla mamma* e subito dopo *Bella signora* la gente schizzava su dalle sedie due canzoni pur essendo distanti 30 anni l'una dall'altra compivano come un cerchio magico di energia di emozione».

Red Ronnie e Cecchetto ieri si sono incrociati a viale Mazzini: il tempo di un saluto di passarsi il testimone e via. Due stili differenti. Red col suo giubbotto rosso l'aria sicura e serena Cecchetto che fa la sua entrée annunciando la nascita del figlio attorniato da due miss Italia e una fotomodella-attrice che gli faranno da vallette. Potrebbero mettere il playback anche a noi suggerisce timidamente una di loro in un momento di timida lucidità mentre Cecchetto sta annunciando la grande novità di questo *Disco per l'estate* il ritorno del playback per l'appunto. Finalmente! E non c'è nemmeno l'orchestra! Ma si rendiamoci conto che questi ragazzi in gara sono giovani leoni li mandiamo nell'arena per giocare mica per scannarsi. E poi - aggiunge Cecchetto - la manifestazione si chiama *Un disco per l'estate* non *Una voce per l'estate*. Figuriamoci che pretese chiedere a dei giovani cantanti di dimostrare che sanno cantare ma in che mondo viviamo? Risposta nel mondo del karaoke dove tutti hanno il loro quarto d'ora di celebrità e tutti sono liberi di cantare. A patto naturalmente che seguano per filo e per segno il testo.



Il ritorno di Red Ronnie a Raiuno

Serena Campanini



Il revival, la sua bandiera

Red Ronnie l'etere televisivo se lo è girato un po' tutto, dalla Fininvest a Videomusic alla Rai, sempre da «cane sciolto», sempre con le sue quotazioni in ascesa. «A "Roxy Bar" sono vissuto allo stato brado, ed ora - dice - è difficile mettermi le briglie, posso accettare dei limiti però dentro quei limiti voglio sentirmi libero di agire». Bolognese, 42enne, vero nome Gabriele Anseloni, dodici anni di lavoro in banca alle spalle («ho ceduto a un ricatto paterno»), ha cominciato a frequentare il mondo musicale quando imperavano punk e new wave, e lui scriveva per «Rockstar» e «Tutti Frutti». Il suo primo passo in tv lo ha compiuto nell'84, con «Be bop a lula», su Italia 1: montaggi vorticosi, linguaggio crudo, tanto spazio agli adolescenti, al rock alternativo, per l'epoca e uno stile televisivo decisamente rivoluzionario, anche se lui oggi afferma che «"Roxy Bar" in fondo è

molto più sperimentale di quanto non lo fosse "Be bop a lula", tant'è vero che la Fininvest quel programma me lo ha lasciato fare, mentre per il "Roxy Bar" sono dovuto andare a Videomusic... «Creatività e sperimentazione» è il suo motto: le sue scelte, dice, sono sempre dipese da chi lo lasciava libero di sperimentare. «Non ho mai cercato di percorrere i tempi o le mode», dice a proposito del boom delle sue trasmissioni-revival, quella «Una rotonda sul mare» che ha scatenato il mercato della nostalgia, un percorso che lui aveva già tracciato qualche anno prima con «Bandiera Gialla»: «Io l'ho fatta - dice - per i 40enni, poi invece ho scoperto che lo vedevano soprattutto i ragazzini!». Un ponte fra i giovanissimi e la mitologia degli anni Sessanta lo butta anche quando gira uno special tv su Gianni Morandi e successivamente va con lui nella ormai leggendaria tournée sotto la tenda, fra mamme e ragazze impazzite. In Rai, Red Ronnie ci aveva già lavorato, prima di approdare a «Mi ritorni in mente» era l'86, e Raffaella Carrà gli aveva affidato uno spazio nella sua «Domenica In» - Quella rubrica, «Pinky», «ebbe un' successione» - dice Red - «risultò essere il terzo varietà dell'anno per audience. Ma loro non me lo dissero non volevano che mi montassi la testa».

di Al So



Un dj alla corte di Berlusconi

«La musica? E uno sport per giovani. E come il mondo del calcio a una certa età bisognerebbe fare i Trapattini, attaccare gli scarpi al chiodo e fare gli allenatori, mettersi al servizio dei più giovani. Anch'io, a vent'anni facevo il deejay, poi mi sono messo dietro le quinte, ad aiutare quelli più giovani di me». Ed è proprio lui - «dietro le quinte», Claudio Cecchetto. E il talent scout dal fiuto pressoché infallibile quando si tratta di fenomeni commerciali: Jovanotti, Fiorello, gli 883, Sandy Marton, Taffy, Tracy Spencer, la Sabrina Salerno di «Boys», tutte sue creature. Salvo poi redimersi, come è successo a Jovanotti, avviato su altre rotte da quando ha cominciato a crescere e a scoprire che il mondo è più vasto dei confini di Radio Deejay, la potentissima emittente comandata da Cecchetto che funziona come vivale per le

sue scoperte. Quarantadue anni, veneto ma milanese di adozione, il prode Cecchetto ha un passato di dj tanto radiofonico che discotecario. Dall'80 all'82 è stato presentatore fisso del festival di Sanremo, esperienza che gli è valsa anche il primo posto in classifica con una canzoncina stupida come «Giaccajouer», praticamente la versione dance del tradizionale «ballo di Simone»: «ve lo ricordate? «Nuotare», e tutti mimavano il nuoto, «saltare», e tutti via come molle. Una roba scema ma contagiosa, e già lì si vedeva quale sarebbe stato il talento di Cecchetto, quale la sua filosofia, l'essenza stessa dell'ottimismo plastico anni Ottanta: balliamo, cantiamo, consumiamo, compriamo. E guardiamo tanta tv. Inevitabile che Cecchetto approdasse un bel giorno alla Fininvest, al canale giovanilista, Italia 1, dove imperversa a lungo con le sue produzioni «Deejay Television», e i volti e le voci da lui lanciate. Gerry Scotti, Kay Sandwick, Linus, e l'ultimo scoperto, Amadeus. Ma il suo sogno è ancora nel cassetto. Una televisione tutta per sé, da riempire di immagini e suoni per dimostrare che, dice lui, la realtà «non è necessariamente drammatica o noiosa». Per lui sicuramente non lo è.

di Al So

PUBBLICITÀ E TV. Un'indagine delle agenzie chiede più reti specializzate

«Troppi spot fanno male al mercato»

Dall'«aberrante» Taradash all'incredibile Emilio Fede la pubblicità giudica la tv secondo il suo punto di vista e le sue necessità. L'associazione delle agenzie presenta un'indagine sul sistema televisivo, auspicando lo sfoltimento e la specializzazione delle reti e soprattutto sostenendo la presenza della Rai come mezzo particolarmente utile al mercato. Il linguaggio dei Tg povero ma brutto quello di Liguori, aulico e ingessato quello del Tg1.

MARIA NOVELLA OPPO

ro sottratto un mezzo straordinario sul quale tra i altri gli spot hanno vita migliore essendo molto minore l'affollamento dei messaggi. «Siamo contrari alle posizioni dominanti» - ha dichiarato sempre Conti - «perché umiliano le scelte di chi pianifica. Siamo per un vero

pluralismo. E vero pluralismo non è certo uccidere la Rai per lasciare un solo soggetto sul mercato aspettandone un terzo che non c'è». L'Assap si dichiara anche contraria ad affidare la delicata materia della comunicazione a uno o

più referendari. Non si può far decidere la signora Maria in un campo che richiede un' conoscenza tecnica molto aggiornata e precisa. Un campo ampiamente dissociato dagli spot che (stima 1993) figurano sono arrivati ad essere quasi un milione. E cioè 131.943 sulle reti Rai e addirittura 489.000 su quelle Fininvest! A questi messaggi commerciali vanno poi aggiunti quelli autopromozionali (i cosiddetti promo) e sono altri 22.000 spot. Il resto nianca per i circuiti minori e locali. Ed è veramente troppo. Lo dicono anche i pubblicitari che chiedono minor affollamento e una programmazione più mirata. Il che significa meno generalista e più specializzata a regionale.

Invece la tv com'è oggi costringe le aziende a sovrare nel muc-

chio su audience grandi ma indifferenziate su pubblici frastornati da giochi assuefatti alla ripetitività di programmi e spot. Meglio sarebbe anche per la pubblicità oltre che per la patria tutta avere ascolti più attenti e palinsesti più differenziati. Tra le reti Rai e Fininvest la ricerca Assap è entrata quindi nel merito di audience e generi di collocazioni e stili. Si è visto che nel periodo analizzato (1987-1993) la rete che è calata di più è Raiuno (dal 25,8 al 18,4) e quella che è cresciuta di più è Raitre (dal 3,7 al 9,5). Mentre le piccole povere, gli uomini guardino di più la Rai, le donne non fanno distinzione tra Rai e Fininvest i ragazzi guardano principalmente le reti di Berlusconi.

Tutti guardano (anzi guardiamo) troppa tv.

E com'è quello che guardiamo? Analizzando i 6 tg maggiori si ricavano alcune divertenti notazioni. Balza a tutto tondo il ritratto di Emilio Fede uomo-tg dal linguaggio basso dalla sintassi improvvisata ma con un continuo movimento centripeto di servizi e interviste che fanno sempre riferimento a lui, il direttore, che commenta le notizie senza neppure darle piangere nelle mosse. E ogni tanto è capace perfino di piazzare nella sua droghena parole come «concelebranti» e «semiastinenza».

Gli altri tg al confronto si somigliano un po' tutti. A parte *Studio aperto* che si segnala per il parlato borgatario di Paolo Liguori e per il minor numero di notizie date. Più aulico il Tg1 più ricco di servizi esterni e di immagini il Tg5 più povero di esterni ma più ricco di notizie (soprattutto sociali) il Tg3 e il Tg2. Analoghi al Tg1 ma movimentato dalla corsa dei titoli che fanno temere da un momento all'altro l'arrivo di Piero Vigorelli.

LA TV
DI ENRICO VAIME

Elezioni quanti trucchi da fiera

DOMANI si vota per entrare in un' Europa che diffida di noi. Non di noi tutti ma di quanti siedono al governo del paese in una promessa che di certo non piace oltre che a molti italiani anche a numerosi nostri partner continentali. Mentre contro un cieco azzurro ingentilito da em leggendari sfilano appiccicati ai muri i sommenti candidati forzati in divisa da rampanti postcraxiani si ripresenta a tormentone (con lo sfondo di un cielo un po' più azzurro di quello dei suoi *coéquipier du rassemblement*) in un rush finale anche il padrone di quel vapore in-neleggibile Berlusconi che anche se ricevesse cinquantacinque milioni di voti come immagino gli assicurino i tecnici di sondaggio della casa non potrebbe per legge sedere al Parlamento europeo in quanto uomo di governo. Una emmesima turpitudine all'elettorato ma questa è l'aria che tira e la considerazione nella quale si tengono gli spettatori («lettoni» voti per uno ma eleggi un altro).

Un trucchetto da fiera di paese che ci fa ancora più sberleffiare nelle altre nazioni europee. Ma tanto qui da noi lo sanno solo quanti leggono la stampa straniera o quanti captano (e questi per fortuna sono un po' di più) i notiziari televisivi del resto del mondo. L'altra vera interferenza della cerimonia di consegna a Bill Clinton della laurea honoris causa all'Università di Oxford ci informavano come i dissenso rumorosi dei giovani fossero l'eco di risentiti attacchi da parte di autorevoli organi di stampa. Tutto questo perché il presidente degli Usa aveva pranzato nella visita romana col capo di Alleanza nazionale. Una colazione che gli stava andando di traverso e che agitava il pon-pon del tocco universitario presidenziale al solo pensiero. Figurarsi come prenderanno in Europa la presenza di altro che commensali soci felici e partner entusiasti di chi rappresenta ed eredita un passato che solo pochi evidentemente vogliono e possono dimenticare. E a rilanciare certi argomenti che alcuni affannano forse con imbarazzo ad accantonare ci pensano con inqualificabile goffaggine dei polemisti a dir poco improponibili.

È DI QUALCHE giorno fa il rifinito antisemita di riferimento Mario Bernardi Guardi (quanti nomi per un solo squallido individuo!) contro Gad Lerner dotato a suo dire di un *nasro rapace* come vuole l'ignobile iconografia razzista. Come offensivo vivere nella stessa società e nella stessa epoca di quel disgustoso post (ma perché post poi?) nazifascista. Tutto questo riportato dallo stesso giornale che scherzando immaginariamente cercava di accreditare Paperno come simpaticante della destra.

Povero Paperno sessantenne pensionabile vince un Oscar come protagonista di un celebre cartone anti-hitleriano e divenne famoso grazie alla voce del suo celebre doppiatore Clarence Nash, astro-sovietico ebreo. E anche Paperno ha un becco in un certo senso *ra pace* come lo mettono quanti vorrebbero «canarata» il palinsesto liberitano? Buttiamola sullo stesso proviamo almeno e cerchiamo di non pensarci più noi aniani per caso non certo per scolarla imbarazzata per uno status che siamo costretti dal destino a condividere con i tanti fior di mascalzoni. Ma è difficile accreditare quanto lo è.

Dopo mesi di provvidenziale silenzio che già rimpingiamo ritorno e non per caso alla ribalta ughiana parole come «concelebranti» e «semiastinenza». Gli altri tg al confronto si somigliano un po' tutti. A parte *Studio aperto* che si segnala per il parlato borgatario di Paolo Liguori e per il minor numero di notizie date. Più aulico il Tg1 più ricco di servizi esterni e di immagini il Tg5 più povero di esterni ma più ricco di notizie (soprattutto sociali) il Tg3 e il Tg2. Analoghi al Tg1 ma movimentato dalla corsa dei titoli che fanno temere da un momento all'altro l'arrivo di Piero Vigorelli.