

Spettacoli

TV. Deaglio e Guglielmi fanno un bilancio della trasmissione che ha concluso ieri il suo ciclo

Cifre, ascotti, polemiche Identikit di un programma condotto con l'eremoscia

Enrico Deaglio, direttore autoproclamatosi «con l'eremoscia», ha citato con giusto orgoglio i numeri di Milano Italia. «Numeri» tra i quali il primo riguarda la redazione, piccola e agguerrita pattuglia che ha saputo assolvere al tre compiti principali: la documentazione del tema, la scelta degli ospiti sul palco e quella degli invitati in platea. Hanno partecipato ai dibattiti ben 10.000 persone, di cui 500 «parlanti». Mentre hanno detto la loro sul palco altre 400 persone. Un «baraccone» spesso viaggiante tenuto su «con frugalità» da pochissimi meritevoli. Ecco i nomi: Beppe Cremonesi, Michele Crosti, Graziano De Franco, Lello Fabiani, Andrea Jacchia, Anna Rosa Macri, Eraldo Mangano, Pippi Passigli, Giò Pozzo, Andrea Salvatore, Marco Sotgiu. «È stato come fare un giornale quotidiano, con in più la terribile tensione della diretta», dice Deaglio. Nel progetto di avvio c'era l'intenzione di fare molte inchieste a tema. Ma l'attualità, come succede a tutti i veri giornali, ha fatto le sue scelte diverse. Nel fuoco di ben due campagne elettorali e di un completo cambio di regime, è rimasto comunque spazio per una decina di argomenti a se stanti (dall'usura al gay). E per il resto ha prevalso la cronaca del mutamento. Spesso in anticipo sulla carta stampata. Qualche volta facendo nascere la notizia anche per la carta stampata. Gli ascotti nella collocazione oraria abituale (a partire dalle 22,45, per finire prima di mezzanotte) sono stati nella media intorno ai 2 milioni di telespettatori, con



una punta registrata il 25 aprile, di quasi 3 milioni. Mentre le collocazioni straordinarie in prima serata sono state premiate da risultati anche maggiori. Per esempio il 29 marzo alle 20,30 Deaglio ha conquistato 4.543.000 spettatori, miglior prestazione stagionale sotto il titolo «primo Berlusconi», seconda Repubblica. Mentre ieri sera per l'ultima (ma non ultima, speriamo) puntata dedicata al voto europeo sotto il titolo «Qui comincia l'avventura», gli ascotti non li conosciamo ancora. Ma, quali che siano i numeri, non potranno sicuramente inficiare l'ottimo risultato di una ottima stagione. □ M.N.O.



Enrico Deaglio. Ieri sera si è concluso «Milano Italia». In alto a sinistra Angelo Guglielmi. Giovanni Giovannetti/Epifora

«Milano, Italia» Chiude la voce della società civile

Enrico Deaglio e Angelo Guglielmi, tracciando il bilancio di Milano, Italia, annunciano la loro ferma intenzione di continuare la trasmissione anche nella prossima stagione, ma collocandola nella fascia preserale. Le polemiche pretestuose contro il conduttore e il braccio di ferro in corso tra Raitre e la direzione della Rai sul palinsesto della prossima stagione. La seconda serata a Michele Santoro, il «predicatore».

straordinarie trasformazioni del paese. Cosa che potevano fare tutte le altre rubriche di informazione, ma che nessuna come Milano, Italia ha saputo anche guardare dall'interno, attraverso il punto di vista delle categorie sociali coinvolte.

Guglielmi, annunciando la strenua intenzione di far rivivere il programma (benché in diversa collocazione) anche nella prossima stagione, ha difeso la formula e il conduttore, procedendo col suo linguaggio speculativo in una sorta di denudamento progressivo degli argomenti altrui. Milano, Italia è leader della sua fascia oraria rispetto a tutte le reti. Anche rispetto a programmi di genere più leggero. Il forte interesse suscitato presso i politici da questa tribuna, è all'origine anche delle polemiche («pretestuose») suscitate, infatti, sostiene Guglielmi, il politico per sua natura dice e non dice, quando non nega e contraddice. «Una trasmissione marcata da un tono di sincerità, può risultare imbarazzante». E tanto più rischierà di esserle se il conduttore è lui stesso

«levatrice di verità», secondo la definizione socratica di Guglielmi, che ha attribuito a Deaglio la volontà di rappresentare, in certi momenti, quasi il senso comune, la verità acquisita più che la sua personale opinione.

E del resto, che cosa ci sarebbe di male, se il conduttore esprimesse anche il suo personale parere? Si può chiedergli di essere totalmente imparziale davanti a temi come il nazismo, il razzismo, il travisamento della Costituzione? Deaglio non dice esplicitamente ed implicitamente approva il piano di nuovo palinsesto proposto da Guglielmi, ancora bloccato per quelle che al direttore appaiono incomprensibili remore dell'azienda. L'idea di spostare Milano, Italia nella fascia preserale e di lasciare nella seconda serata il campo a Michele Santoro, contempla il progetto di inserire il Tg3 in un contesto di informazione più approfondita e meno istituzionale.

«Per sua natura — spiega Guglielmi — il Tg risulta voce del Palazzo, mentre Milano, Italia è piuttosto

voce della società civile. Noi abbiamo inventato una nuova idea di rete, però i Tg sono rimasti uguali a loro stessi. Ora il nostro tentativo è quello di inventare un nuovo linguaggio per l'informazione. Tutti ci riconoscono il merito di essere stati più innovativi. Trasformare il Tg in programma sarebbe un modo di continuare nel nostro cammino di innovazione, che ha voluto dire creare nuovi formati televisivi, un nuovo linguaggio anche per l'informazione».

Una bella scommessa, che urta però contro molti ostacoli. Da un lato la direzione dell'azienda che punta sulla regionalizzazione della rete, dall'altro naturalmente il nuovo potere politico e il tentativo scoperto quanto arrogante di stroncare l'esperienza innovativa di Raitre per ridurre quella che Fedele Confalonieri chiama «polifonia» televisiva a un coro di voci consenzienti. Guglielmi sostiene che la regionalizzazione è da favorire, ma nelle ore adatte e senza pregiudicare le posizioni di forza raggiunte dalla rete, tra le quali Milano, Italia è cer-

tamente la più strategica. Anche se ora cedrebbe la sua postazione tardoserale a Michele Santoro, considerato da Guglielmi, rispetto a Deaglio, «più predicatore, uomo di sintesi e di commento, più editorialista che cronista». Adatto perciò a una sorta di bilancio di giornata, un «finale di partita» quotidiano.

Ma sarà così? Deaglio appoggia la tesi del direttore, anche se non è dato sapere quanto sia davvero soddisfatto del nuovo orario. Diplomatico, elegante, «signore» come Guglielmi lo descrive, non si lascia neanche tentare da una battuta sulla postazione anti-Funari. Si accontenta di dire che Funari lo conosce poco, ma deve essere una simpatica persona. «Benché, il fatto di non parlare italiano...».

Guglielmi nega che Santoro abbia fatto il diavolo a quattro per avere la fascia quotidiana in seconda serata. Sostiene che, dopo otto anni dalla prima Samaritana, un elemento di novità ci voleva. Mentre conferma la necessità di Deaglio, «punto essenziale» della difesa di Raitre.

LA TV
DI ENRICO VAIME

La satira e l'alibi dell'arguzia

SULL'ULTIMO numero di Panorama, Enzo Biagi commenta il difficile momento della Tv di Stato con la solita indiscussa chiarezza e la riconosciuta lucida ironia: cita, inventando un passato non certo tutto da buttare, programmi e persone che illustrarono il mezzo con competenza professionale. Biagi, così come Zavoli in alcune puntate della serie semiclandestina di *Nostra padrona Tu*, ricorda con comprensibile nostalgia quello stile e quel linguaggio che ormai non sono quasi più praticati, roba da tempi andati: quelli dell'educazione, della correttezza anche formale, della proprietà delle parole e dei comportamenti. I più accorti avranno rilevato che nel pezzo non si rimpiangeva quel garbo che confinava con la melensaggine d'antan, né la vuota gentilezza che denunciava banalità poco partecipativa: si ricordava il rispetto per le persone e gli argomenti che la tuttologia televisiva ha ormai travalicato con la scusa del «dire ciò che si pensa» senza impacciarsi remore. So che, quando qualcuno afferma: «io sono uno che dice quello che pensa», dirà immediatamente qualcosa di spiacevole o di offensivo. Quindi la vera ipocrisia non è quella di chi, per non aggredire o ferire, usa qualche rimasuglio di gentilezza o di cautela, ma quella di chi previene la propria incontinenza verbale con una frase appunto ipocrita usata furbescamente come alibi. Chi «dice quello che pensa» può anche pensare cazzate e quindi dirle: «L'ipocrisia non assolve l'idiota» o la «volenza», non scatta responsabilità.

La civiltà del linguaggio e la correttezza di espressione sono per esempio spesso disattese della satira militante di oggi. Ma è un terreno così difficoltoso quello, che qualche sbandata la si può prevedere e a volte anche condividere. Lì il limite lo stabilisce il buongusto: quello trascurato da Forattini che, proprio nel numero di *Panorama* citato, traccia una vignetta che, oltre che non far ridere, sgomenta. Berlusconi, in arcione ad un cavallo (Rai) rosso con la testa di Occhetto, prega Pannella di lasciarlo lavorare. Pannella, nel disegno, sta sodomizzando il cavallo. Spesso al noto disegnatore s'è attribuita fra le altre (ricordo la vis polemica, quella comica, quella satirica), la dote dell'arguzia: pensa te! Vedete quindi che non è solo il linguaggio catodico a degenerare: il fenomeno è più vasto.

C'È UNA GRAN voglia di «dire quel che si pensa» senza ripensamenti e forse neanche pensamenti. Di solito questa finta quanto incauta «liberazione» sceglie in Tv argomenti pruriginosi con risvolti erotici in una ricerca di esternazioni hard. Lo fa, in orari inconsueti, anche Rosanna Cancellieri, anchor woman che cura, con affannato puntiglio alternato a sbalordimento, le pulsioni delle casalinghe chiondee di ogni sesso proponendo, fra battiti di ciglia prolungate come telettoie, marcantoni e sirenetti muscolari di grande disponibilità non renitenti allo streap-tease, incontri con protagonisti di quella mondanità periferica da settimanale da parrucchiere che mirano ad un successo da sottobosco alla maniera dell'antico «salotto Morazzani» dove si rappattumava un'umanità emarginata dai grandi circuiti mescolandosi ad un paio di Vip in declino coinvolti per rassicurare quanti annusavano aria di «solaromanesca». Anche dibattiti sul godimento sessuale con concessioni simpatizzantesche: l'occhio furbetto a *Bolero film*, *Le Ore*, *Playmen*, *Cosmopolitan*, sostituendo ideologicamente Maria Ventun a Mary Mc Carthy. A quell'ora postprandiale (12,40-14) le allegre commissioni sono possibili e comunque meno rischiose. La seconda repubblica nata dagli spot è permissiva con queste birichinate neoberlusconiane che non scalliscono certo una società edonistica immaginata e diretta ormai da provinciali e parvenus d'ogni settore con una gran voglia d'appropriare del loro turno. Come dice la canzonetta? «E forza Italia, che siamo tantissimi...».

L'INCONTRO. Il direttore Nadio Delai riflette sui suoi primi sei mesi a Raiuno

«Il Paese reale? Non è un sondaggio»

Basta con Auditel e sondaggi. Il paese reale non si può registrare attraverso strumenti che invitano il pubblico a desiderare solo l'esistente. Altrimenti non si potrà mai scoprire il Nuovo. A dirlo è Nadio Delai, direttore di Raiuno. E colpisce sentirlo dire proprio da un sociologo, nel momento in cui il consenso nel nostro paese è calcolato in termini di marketing. Delai rilancia poi il ruolo dominante di Raiuno destinata al 70% delle famiglie italiane.

GABRIELLA GALLOZZI

ROMA. La Rai nella bufera. Gli «epuratori» del nuovo governo sul piede di guerra, pronti ad una nuova lottizzazione. Gli scontri tra direttori di rete per l'approvazione del nuovo palinsesto. E su tutto questo, l'invocata riforma del sistema radiotelevisivo. Ebbene, in questo clima di totale incertezza si è inserito ieri l'intervento di Nadio Delai, direttore di Raiuno che, dopo sei mesi di incarico, ha voluto presentarsi alla stampa per «una chiacchierata informale». Una sor-

ta di briefing sul suo operato, che ha avuto molto il sapore di un'autopromozione, in cui si ribadisce a caratteri cubitali il ruolo di «rete madre» di Raiuno, intorno alla quale far ruotare le rimanenti Raidue e Raitre.

Per Delai, infatti, la prima rete «deve recuperare il centro della società, non in senso politico, ma sociale. Quel 70% di famiglie italiane che non hanno bisogno di «polizze solistiche», ma di assicurazioni che le garantisca globalmente». E

questo a partire ovviamente dalla tradizione (il Festival di Sanremo), ma inserendo anche delle innovazioni (*I cervelloni*) che portino l'attenzione verso «la periferia e la provincia», in modo da uscire dalla «bolla di vetro tutta romana in cui vive viale Mazzini». «Ancor prima che ne parlasse Bossi — precisa — l'Italia è sempre stata il paese dei campanili. È la periferia che tira e attenzione, non vuol dire fare una rete regionalista, ma prestare attenzione a questo grande «centro» che comprende anche le periferie».

Perché quello che conta di più per il sociologo Delai, è riuscire ad assolvere ai bisogni culturali, informativi e ricreativi del «paese reale». Quello cioè che non è rappresentato dai sondaggi (come vorrebbe invece il nostro presidente del Consiglio) o ancor peggio dall'Auditel. «L'Auditel, così come i sondaggi, — dice Delai — promette solo la ripetizione infinita di quello che va più forte, non permette certo

l'innovazione che è invece uno dei compiti di chi fa offerta culturale. Perché è evidente che la gente compra quello che le viene offerto. E in questo modo non c'è possibilità di scoprire il Nuovo».

«Viviamo giorni delicati e importanti — prosegue Delai — e siccome la Rai entra in tutte le case d'Italia, tutti hanno diritto di dire la loro. Ma a questo punto bisogna ristabilire un patto col palazzo che non può più essere come prima — la lottizzazione? — Così come il patto col paese, con la società, non può più essere quello dell'Auditel. Dopo dieci anni di tv commerciale si è chiuso un ciclo. E bisogna prima di tutto stabilire un rapporto reale con quelle che sono le esigenze della gente». Un paese che, secondo Delai, non avrà più quella figura rassicurante del padre-Stato, dovrà dunque puntare sull'associazionismo, sull'impegno civile. «Non ci voleva Berlusconi per capire questo — sottolinea —. C'è dunque bisogno di una società civile respon-



Il direttore di Raiuno Nadio Delai. Giardi/Epifora

sabile». E Raiuno dovrà incarnare questi valori, tornando ad una tv di generi, con meno chiacchiere e più contenuti, perché «questo è il ruolo del servizio pubblico».

E dopo le riflessioni generali, le novità del palinsesto estivo. Prima fra tutte *A bruciapelo*, un'ironica indagine del grande Sandro Paternostro a casa dei «nuovi» volti della Seconda Repubblica, da trasmettere in seconda serata. Poi *Al bivio*, un'inchiesta affidata a Gianni Ippoliti sulle mode e il costume degli

italiani, probabilmente a partire dall'ormai celebre cravatta a pallini del Cavaliere. E ancora *Beato fra le donne*, varietà estivo dedicato alla seduzione e ambientato sulla riviera romagnola (idea originaria di Raitre); e una serata di musica dal Madison square garden di New York in compagnia di Renzo Arbore. Ancora tra le novità, una versione marina di *Linea verde* e il ritorno di Marzullo. Chissà, si vede che pure il Gigi di mezzanotte rispecchia il paese reale!