

ROMA. Primavera tutt'altro che futile negli ascolti tv. Se si escludono le partite - un caso a parte - e i film, che si promuovono da sé: negli ultimi giorni le protagoniste di momenti e ore di grande successo sono state le *news*, detto all'italiana le informazioni. Martedì scorso il Tg1 ha totalizzato quasi dieci milioni di ascoltatori per la sua edizione serale; Clemente Mimun con il telegiornale *lungo* delle 13 frequenze ascolti da prima rete: oltre cinque milioni, con una quota (*share*) di spettatori quasi al 35 per cento fisso. Il Tg5, nella settimana, s'è tenuto alle sue medie alte, sempre. Effetto Albania, si potrebbe pensare, visto che anche la trasmissione di Gad Lerner, *Pinocchio*, lo scorso martedì, benché spostata a dopo la partita, ha trattenuto davanti al video, oltre la mezzanotte, quasi quattro milioni di persone. Si trattava di uno *speciale*, con una diretta-diretta da Brindisi, in pieno dramma profughi. L'Albania come una regione dell'Italia, come un fatto che ci tocca da vicino e sul quale vogliamo essere informati tempestivamente. Ma anche gli errori dei medici e il nuovo ballo per la prossima estate - argomenti dei *magazine* che Clemente Mimun ha voluto aggiungere ad un Tg2 che è, comunque, in buonissima salute;

«e persino di sera, pur stretto da concorrenti virtuosissimi», dice lui. Come *Striscia la notizia*.

Niente di nuovo sotto il sole, per Enrico Mentana, seduto sulla sua *ammiraglia*. Qualche sussulto per un avvenimento che sentiamo a noi vicino - ma ciò che paga, alla fine, sono fatti strutturali e che danno certezze tali da assicurare lunghe fedeltà d'ascolto. «Penso che sia un periodo piuttosto stabile - ci ha detto - per l'informazione televisiva, concentrata soprattutto sulle due offerte più forti, noi e il Tg1. Con l'Albania, noi abbiamo consolidato, e non aumentato, benché i primi giorni fossimo gli unici ad avere inviati là. Certo, gli ascolti sono stati positivi, perché nonostante prodotti nuovi, come la *striscia* di Papi, i risultati non sono cambiati».

Enrico Mentana non pensa che con colpi d'ala di fantasia l'informazione televisiva possa cambiare i numeri, gli insediamenti più affollati di pubblico, i punti di forza e di debolezza. L'informazione, per lui, è un po' come una necessità, come mangiare tutti i giorni, a pranzo e a cena. Conta la qualità del ristorante, l'offerta di cibi ben cucinati. Ma alla fin fine, come per i pasti, siamo tutti un po' abituarci. «L'informazione si sta concentrando su alcuni appuntamenti, l'importante è starci, e le reti più forti si giovano anche dei traini: noi e il Tg1 siamo trainati da *Luna park* e *Tira-e-molla*, e non è poco. È chiaro che facciamo un buon prodotto, ma è come il limoncello alla fine del pasto: c'è questo pubbli-

«Picchi» e curiosità della settimana passata

Il Tg1 di lunedì 18 marzo ha collezionato 9.781.000 (tele) spettatori, e raggiunto una quota d'ascolto del 38,89 per cento. In tutta la settimana, comunque, il Tg1 è andato benissimo. Il Tg2 di mercoledì 19 marzo, ore 13: 5 milioni e 253 mila spettatori, con uno «share» (quota sull'ascolto totale) del 34,83%, concludendo una tre giorni di ascolti intorno al 35%. Buon successo anche per i due «magazine» a seguire, «Costume e società» e «Salute».

Il Tg3 di sabato 15 e di domenica 16 marzo, con le dirette dai porti di sbarco degli albanesi, ha raggiunto e poi superato il 17% di ascolti, dopo un febbraio molto «magro».

Il Tg5 del 18 marzo, alle ore 13, un telegiornale meno seguito di quello della sera, ha «fatto» 3 milioni 639 mila spettatori, con il 25,11% di ascolti (molto alto per quella fascia).

«La macchina del tempo» di martedì 19 marzo, informazioni d'avventura e del mondo naturale, ha avuto 2.100.000 telespettatori, l'8,56% di tutte le persone che erano davanti alla tv a quell'ora. Era la seconda puntata e, solo una settimana prima, i numeri erano stati sensibilmente inferiori: 6% e 1 milione e mezzo.

«Pinocchio» di martedì 18 marzo: 3.752.000 spettatori, 30,56%. Molto soddisfatto il conduttore, perché c'erano stati dei dubbi sul fatto di ritardare «Pinocchio» a causa della partita Inter-Amderlecht (è andato in onda dalle 22,37 fino a mezzanotte e dieci). Lerner aveva dichiarato alle agenzie di stampa: «Un ascolto record, che dimostra la validità di un vecchio detto: per fare buon giornalismo bisogna consumare la suola delle scarpe». Lo speciale di Italia 1 da San Vittore, sabato scorso: più 1%.

Tiggì boom

E l'Albania fa il «pieno» di ascolti

co affezionato a *Tira-e-molla*, cui viene offerto a fine pasto il limoncello, il Tg5... la prima volta lo beve per curiosità, poi dopo che ha cominciato, qualcuno torna...».

Annunziata: che fatica

Non per tutti, però, c'è una fedeltà assicurata. «Noi abbiamo un pubblico molto sensibile, che reagisce immediatamente alla qualità: se facciamo un bel giornale, si rialzano gli ascolti; se facciamo una scelta banale, paghiamo subito». Lucia Annunziata scorre i dati Auditel degli ultimi giorni, e si dichiara soddisfatta: nel fine settimana scorso, con le dirette da Brindisi, le interviste e gli approfondimenti, il Tg3 ha raggiunto e superato il 17% di spettatori, dopo un febbraio un po' moscio. «Però io non do tutto il merito all'Albania perché sempre quando c'è un fatto grosso, noi aumentiamo: riusciamo a fare al meglio la nostra formula, che è una formula aperta, a sorpresa».



«Credo che vada bene, perché facciamo un tg molto moderno, chiedo ai colleghi di stare sulle notizie, di non esprimere giudizi o verità rivelate, abbiamo opinioni, ma non intendo proporle agli spettatori: provo piuttosto a dare gli strumenti perché ogni persona possa formarsi le sue». Clemente Mimun è straricco delle sue scelte. Gli piace



Negli ultimi giorni le «news» stanno vivendo un rilancio. Il parere degli addetti ai lavori: Mentana, Mimun, Liguori...

mettici sotto». Non si rischia di fare troppo spettacolo? «No, perché sono sempre sono scelte giornalistiche». «La mia impressione è che molto si vada a concentrare sul discorso: albanesi, pericolo. Infatti sono aumentati gli ascolti non quando è cominciata la guerra, ma quando si sono susseguiti gli sbarchi dei profughi. E

stato più che altro un soprassalto emotivo». Paolo Liguori, direttore di *Studio Aperto*, col suo tono predicatorio, quasi da comizio, un pubblico affezionato tuttavia ce l'ha. «Ho avuto buoni risultati, in questi giorni in cui ho parlato del problema albanese, un milione e mezzo di persone in ascolto, quote del 12 per cento. Ma ho un tetto, che è l'ascolto medio della rete».

Immagine appannata

Anche il Tg3 di Lucia Annunziata è tornato, in questa settimana, sotto le tegole del suo 15, 16% di ascolti medi. Due milioni 522 mila persone lo hanno seguito martedì scorso, alle 19. Da qualche tempo il Tg3 rimane nella sua nicchia - e forse le polemiche interne, di cui si legge, ne hanno appannato l'immagine e, in certi momenti, anche lo scatto, l'efficienza. «Dopo la crisi degli ascolti di febbraio - dice Lucia Annunziata - immediatamente abbiamo rimesso in moto la macchina, abbiamo fatto

una rimessa a punto delle rotelle...». Bisogna navigare con la barca che si ha - nel mare che c'è. E ci sono delle impossibilità. Per esempio nella redazione di *Film vero*, c'è un nemico che si chiama film del lunedì. Dalla qualità dell'offerta cinematografica dipende l'oscillazione di ascolti della trasmissione. Poco conta, hanno verificato, la stoffa del programma, l'impatto dell'argomento o la bellezza del *film vero*: si va dal 6 al 9% di spettatori, a seconda dei concorrenti. Sulle ali del successo, Clemente Mimun la dice grossa: «Bisogna evitare di cercare di fregare lo spettatore, perché non te lo perdonerà mai e ha ragione». Sarà anche vero, ma la legge della domanda e dell'offerta (tv) probabilmente non è una scienza così esatta. E gli orari migliori non vengono sorteggiati settimana per settimana. Allora, sì, che ci sarebbe una vera concorrenza.

Nadia Tarantini

RODAGGI

Il «Pippo Chennedy Show» si attesta sul 14% di «share»

Dandini (soddisfatta) critica i giornali

«Siamo contenti, la Rai è contenta, solo i quotidiani sono scontenti. Sono loro i veri audience-dipendenti».

ROMA. Serena Dandini ce l'ha con i giornali. In una dichiarazione rilasciata all'Adn-Kronos, la signora del venerdì sera di Raidue ha rotto gli indugi. Domanda: il *Pippo Chennedy Show* fa pochi ascolti? «Noi siamo contenti, la Rai è contenta, i soli scontenti degli ascolti sono i giornali. Sono loro i veri audience-dipendenti» (non si può darle torto). Altra domanda: la satira nei confronti dell'Ulivo è d'intorni e poco graffiante? «Continuare a dire che non si può ridere dell'Ulivo mi pare pericoloso. Per noi si può ridere, eccome. Possiamo esserne più o meno contenti, ma questo è un altro discorso. Insomma, noi ci proviamo. Non vorremmo che anche questa fosse più una convinzione di qualche opinionista che altro». Terza domanda: quanto pesa l'Auditel sulla conduzione del programma? «Pesa tanto quanta basta a far decidere Franco Battiato di cantare un'aria di Salvatore Di Giacomo, *Era 'e maggio*, invece di

Centro di gravità permanente. Insomma, avremmo potuto ingaggiare una decina di ballerine spagnole in mutande (allusione al *Ciclone* di Pieraccioni, che ha polverizzato ogni record di cine-in-cassa, ndr) e il nostro notaio ce ne sarebbe stato grato a vita. E invece...».

Giunto alla sua seconda puntata, il *Pippo Chennedy Show* si attesta sul 14% di *share*, per l'esattezza al 13,97%, corrispondente a 3 milioni e 203 mila spettatori. È tanto? E poco? Serena Dandini parla di «risultato inaspettato», tanto più considerato lo «sfornamento» dell'altra sera (la puntata è durata due ore e un quarto). Certo, *Superquark* continua a fare la parte del leone, forte di uno *share* del 25,77%, pari a 6 milioni e mezzo di spettatori. Magari, non fosse altro per una questione di provenienza, la sfida vera è con Raitre, che venerdì ha mobilitato l'Arnold Schwarzenegger di *Danko* (*share* del 12,89%) contro

la satira di Raidue.

Vero è che una trasmissione come il *Pippo Chennedy Show* vive di quella «coazione a ripetere» che fece la fortuna di *Avanzi*, *Tunnel* e ancora prima delle vecchie cose di Arbore. Ci vuole qualche puntata prima che i «tormentoni» - e i rispettivi personaggi che li veicolano sul piccolo schermo - entrino nel gergo giovanile.

Eppure - così almeno assicura l'AdnKronos e l'amabile ufficio stampa della Dandini - sembra che «Ambiente» sia già diventato un modo di salutare, facendo così la fortuna del personaggio: la «cubista» inventato dall'ex «bonissima» Alessandra Faiella. Idem per il grugnito - «Possibile, impossibile» - del notaio, mentre a Napoli piace molto Silvia, la ragazza della buona borghesia alla quale non basta la «paghetta» di 850mila lire a settimana. Sapete, il cellulare costa... A Roma, invece, un gruppo di ra-

gazzi avrebbe fondato la prima comunità dei «queliti», in ossequio alla religione del «quelo» - cara al santone pugliese via Internet elaborato da Corrado Guzzanti. Piacciono anche i Veltroni e D'Alema «reinventati» dai Guzzanti Brothers, ma non giuriamo sulla fortuna comica dei due personaggi, difficilmente replicabili nel linguaggio corrente. A proposito di Veltroni, il giornalista dell'AdnKronos chiede con una punta di malizia a Serena Dandini se il vicepresidente del Consiglio si sia fatto vivo. «No, forse non ha il nostro numero di Napoli...», ironizza la presentatrice, dimenticando che la virtù principale di chi fa satira dovrebbe consistere nel non intrattenere rapporti con chi fa le spese della medesima. E viceversa. Dunque, se è permesso un parere, fa benissimo Veltroni a non telefonare: sia che apprezzi sia che no.

Michele Anselmi

Piero Angela: «La scienza può fare audience»

«Ora non si può più dire che la cultura in tv non fa ascolti e che per ottenere grandi ascolti bisogna abbassare la qualità». Piero Angela è «molto contento» del suo «Superquark», che per la terza settimana di seguito s'è piazzato in testa agli ascolti. «Si smonta smonta uno dei luoghi comuni più invoglia tra chi si occupa di tv, dimostrando che è possibile fare cultura in televisione e raggiungere grandi ascolti anche in prima serata. Angela è ovviamente deciso a proseguire su questa strada. «Continueremo a parlare di temi di attualità nella ricerca, attenti alla chiarezza del linguaggio, ma senza dimenticare la correttezza dal punto di vista scientifico».

Il conduttore minaccia la fuga a Mediaset Magalli in rotta con la Rai «Sulla domenica non cedo»

ROMA. Domenica bestiale per Raiuno. Su *Domenica in* è polemica a 360 gradi. Con Giancarlo Magalli furioso, perché pensava di avere ormai in tasca il contratto per sostituire Mara Venier e ora si ritrova «scaricato» a beneficio di Michele Guardì. E minaccia: me ne vado a Mediaset. Ventila, anzi, un'offerta di Maurizio Costanzo per condurre la domenica di Canale 5. Guardì è addolorato, disposto persino a rinunciare all'ambito contenitore della prima rete. E Maurizio Costanzo è perplesso perché l'attuale cast di *Buona domenica* non era in discussione. «Chi dice che dovrei fare il programma con Baudò, chi con Magalli... io mi auguro di farla con Lippi, Fiorello e Paola Barale».

Ma torniamo in Rai. Guardì, che si dice amico di Magalli, ha chiamato il direttore di rete Tantillo: «Sono disposto a farmi da parte se questo può riportare serenità, non vorrei che anche nel

mondo dello spettacolo si diffondessero i meccanismi del cannibalismo politico». Ma Tantillo non sembra aver cambiato idea. Così, a questo punto, Magalli non sta né da una parte né dall'altra. E resta arrabbiato. «Se la Rai non rispetta gli impegni presi con me, me ne vado comunque, Costanzo o no. Del resto, Maurizio non è l'unico con cui ho parlato a Mediaset». Qualcuno, a questo punto, fa notare che non c'è incompatibilità tra Guardì (autore) e Magalli (conduttore). Ma Giancarlo non si ammorbida: «Mi hanno chiamato loro per *Domenica in*, l'unica condizione che ho posto è di avere gli autori dei *Cervellini*. Vorrei capire, a questo punto, se per l'azienda sono più importante io o Guardì. Se me ne vado, la conduzione dovrà passare a Frizzi, che lascerà scoperte altre cose...». A questo punto non resta che aspettare domani, quando Tantillo prenderà la decisione definitiva.