

L'INTERVENTO

Telespettatore
la brutta tv
dipende anche da te

JADER JACOBELLI

Presidente Consulta Qualità della Rai

È FACILE CONVENIRE che, in generale, la tv «è brutta» d'estate, ma anche nelle altre stagioni. Ne convergono tutti. In Italia e anche fuori. Lo dicono ora anche gli inserzionisti che una certa responsabilità pur ce l'hanno, visto che affollano i loro spot intorno ai programmi a più alta audience, che non sono certamente i migliori.

D'altra parte, trasmettere programmi senza soluzione di continuità, 365 giorni l'anno, dovendo riempire per giunta più reti, e pretendere che siano «belli», è una richiesta paradossale. Anche perché - e qui il cane si morde la coda - raramente il grande pubblico li premia i programmi «belli» preferendo quelli dozzinali. Condizionamenti della pubblicità, condizionamenti del pubblico e anche scarsa creatività degli autori, è difficile che i programmi possano essere belli.

Riconoscendo ciò, però, e pur prendendo atto che la tv non sarà mai il tempio della bellezza, essendo un mass medium, il più «mass» di tutti, non tutte le reti, non tutti i programmi sono uguali. Non facciamo di ogni erba un fascio, naturalmente. Ci sono i belli (pochissimi), i meno belli (non molti), i brutti (tanti) e i più brutti (troppi). La Consulta-Qualità della Rai potrebbe inventarli in quattro armadi di dimensioni crescenti, dal piccolo al grande. Ma rifiutando anche in questo campo le condanne sommarie, sono i «trend» che contano, che fanno la differenza. Si va verso il peggio?, verso il meglio?, o si segna il passo?

Poiché la Consulta segue i programmi con una sistematicità a cui i telespettatori non sono tenuti e con una metodologia di valutazione «ad hoc» abbastanza oggettiva (quanto lo può essere l'accertamento della «qualità» che non si può contare o pesare), il giudizio che essa dà, tenendo conto del rapporto domanda-offerta, è che la nostra televisione - nostra cioè italiana - segni il passo sul brutto, cioè tenda troppo a soddisfare la domanda qual è, più che a migliorarla, come dovrebbe fare segnatamente il servizio pubblico.

E le ragioni sono più d'una che enumero, per il rilievo che hanno, dalla maggiore alla minore. Fino a quando l'«audience» resterà il parametro di riferimento più importante - e lo resterà fino a quando gli sponsor a caval donato non guarderanno in bocca - le speranze che la produzione televisiva migliori sono scarse.

In secondo luogo viene la professionalità degli autori, dei «creativi». Sono ancora pochi di numero e hanno una formazione del tutto casuale. Occorrerebbe aprire scuole «ad hoc» che non somiglino però a quelle attuali di giornalismo e di scienza della comunicazione, ma che siano veri e propri laboratori con maestri, qualificati ed esperti, italiani e non.

Infine, occorre rendere più esigenti, più critici, più organizzati, i telespettatori. Il coltello per il manico lo hanno loro e, se invece di vedere qualunque programma, per poi magari criticarlo, cominciassero a boicottare i peggiori, il termometro della qualità comincerebbe a segnare nel tempo e registreremmo quell'inversione di tendenza che ancora non si avverte. Ma a questo fine occorrerebbe anzitutto organizzarli in una rete di informazione e di formazione («Internet» potrebbe servire), perché anche i telespettatori possono migliorare; poi bisognerebbe creare un Osservatorio che segua con organicità la programmazione valutandone la qualità, e un'Agenzia che faccia circolare le sue valutazioni. È una battuta, ma non del tutto infondata, che la televisione è ormai più facile migliorarla dall'esterno che dall'interno.

Il presidente della Rai, Zaccaria, si è detto d'accordo con iniziative del genere e, conoscendolo, so che ne è convinto perché non c'è riforma istituzionale che abbia successo se la Rai non crea le condizioni, interne ed esterne, perché si abbia un miglioramento della qualità della programmazione. Che non è un fatto estetico, ma soprattutto un fatto di sviluppo sociale e culturale nell'interesse dell'intero paese, specie in vista di quella «globalizzazione» televisiva che rischia di sommergerci in un mare di spazzatura.

A causa dei contrasti di vedute con Tullio Solenghi. Saccà, Raiuno: «Andrà bene lo stesso»

«Domenica in» crisi Via Limiti ecco Magalli



A destra Paolo Limiti che ha lasciato «Domenica in». A sinistra Tullio Solenghi in alto il nuovo arrivo Giancarlo Magalli

ROMA. La super-coppia scoppia ancora prima di incominciare: e così non sarà più Paolo Limiti a condurre «Domenica in» insieme a Tullio Solenghi, ma il super-jolly Giancarlo Magalli. Una sostituzione in corsa abbastanza inaspettata visto l'annuncio in pompa magna fatto appena una ventina di giorni fa in diretta da Cannes con tanto di benedizione dei vertici Rai.

A questo punto, sotto l'ombrello o in cima alla montagna, una domanda preme su tutte: che cosa deve essere mai successo? Qualcuno dice che, dopo le lunghe trattative dei mesi scorsi per convincere i due a condurre l'edizione 88-89 dello scaglione domenicale, a un certo punto Limiti sia sbottato in un «O me, o lui». Che i due non si trovassero in totale sintonia, lo si era visto sin dalle battute un po' acide che entrambi non si risparmiarono all'annuncio dalla Croisette dove vennero presentati i nuovi palinsesti Rai. Ma i contrasti e i tentennamenti fra i due personaggi - graffiante e anticonformista Solenghi, nostalgico e tradizionale Limiti - si risolsero alla fine

Dopo il successo di «Ci vediamo in tv», all'autore la Rai ha già promesso una striscia quotidiana e «Aspettando Sanremo»

in una stretta di mano: nessuno avrebbe avuto il ruolo del leader, ma ciascuno sarebbe stato complementare all'altro.

Fin qui, la versione cattiva. Ce n'è una ancora più cattiva che vuole il garbato Limiti, impaurito dai possibili sbeffeggiamenti in diretta dello spregiudicato e sarcastico Solenghi, correre ai ripari tentando di «recintare» il collega in spazi ben definiti, ma a quanto pare senza riuscirci. L'ultima, la più buona, recita così: siccome il progetto di Limiti è piuttosto laborioso, ci potrebbe essere il rischio di far slittare di qualche settimana la data d'inizio della prima puntata di «Domenica in» fissata ormai da tempo per il 4 ottobre. Risultato: l'«archeologo» Limiti se ne va ma, forte dell'impetuoso successo ottenuto grazie a «Ci vediamo in tv» e ai suoi amati anziani, potrà chiedere e probabilmente ottenere altri altrettanto importanti appuntamenti. Parola del neo direttore di Raiuno, Agostino Saccà. Per esempio? «Aspettando Sanremo», cinque o sei serate in prime-time più una striscia quotidiana.

Solenghi, invece, rimane. A far concorrenza (di spot e di domenica) al suo vecchio sodale, Massimo Lopez che pare condurrà, su Canale 5, «Buona Domenica». Ma soprattutto a dar vita alla «sua» «Domenica in»: «una spina dorsale nazionale-popolare rinfrescata da una ventata di idee: da una parte un salotto roccò con tende di velluto, dall'altra un ciclone di novità».

Resta Magalli. Un rebus. Oppure un furbacchione di prima specie: vuoi vedere che, a forza di tappare buchi di qui e di là, da grande qualcuno lo farà direttore generale?

«Il progetto era ambizioso - confessa ora Saccà - Si trattava di contaminare due cifre stilistiche, Solenghi e Limiti, assolutamente diverse tra loro. Ma sono sicuro che anche con Magalli sarà garantito il nostro obiettivo: rinnovare nella continuità. Dispiaciuto? Se riusciamo a tenere Limiti nella rete come spero e a far funzionare la nuova coppia, non solo io sarò contento ma anche tutto il pubblico».

E Frizzi? Ci sarà qualcuno curioso di sapere che cosa farà Frizzi dopo una vita spesa a «Domenica in». Se vi fosse sfuggito, ve lo diciamo noi: farà l'avvocato per una serie tv che, ironia della sorte, si chiamerà «Non ci lasceremo mai».

Adriana Terzo



Da ottobre su Raidue Albertazzi naviga con Boncompagni

ROMA. Giorgio Albertazzi e Gianni Boncompagni. Sarà questa la «strana» coppia su cui punterà Raidue per il dopo-Limiti. Il programma, ancora in fase di studio, si intitolerà «Crociera», andrà in onda tutti i pomeriggi dal lunedì al venerdì ma non viene smentita l'ipotesi che possa avere «sfondamenti» settimanali in prima serata o qualche speciale da «primetime». «Abbiamo in mente di montare una macchina complessa, che avrà bisogno di rodaggio. Puntiamo su un clima allegro, con un occhio anche al pubblico giovane, un po' trascurato negli ultimi tempi in quell'orario dalla tv», spiega Boncompagni che del programma sarà autore e regista. «L'idea di coinvolgere Giorgio Albertazzi mi diverte - dice - perché è personaggio di grandissima personalità e dalle molte corde». Albertazzi: «Solo Freccero e Boncompagni potevano pensare a me come presentatore televisivo del pomeriggio».

Dopo gli 80 anni

Film e teatro per Bergman

Ingmar Bergman non si ferma: a 80 anni appena compiuti si appresta a tornare alla regia per dirigere una commedia e sta già scrivendo un nuovo film. La commedia, realizzata per il Royal Dramatic Theatre di Stoccolma, si intitola «The image makers»; nel frattempo Bergman ha anche finito di scrivere il soggetto di un nuovo film intitolato «Faithless», lo dirigerà Liv Ullman.

Indiana

Rubata la lapide di James Dean

È stata rubata la lapide della tomba di James Dean, il mito del cinema americano morto nel 1955 all'età di 24 anni in un incidente stradale. La polizia di Fairmount, nell'Indiana, dove si trova la tomba, ritiene che a compiere il furto siano state almeno due persone: la lapide, infatti, è molto pesante. Già negli anni Ottanta i ladri l'avevano portata via ma poi è sempre stata ritrovata.

Rai International

Cinquetti volto di «Donne»

Gli ultimi cinquant'anni di storia italiana visti con gli occhi delle donne e della loro partecipazione al cambiamento politico e sociale. È «Donne. Viaggio nella storia delle donne italiane», il programma ideato da Luciano Teodori e condotto da Gigliola Cinquetti che Rai International trasmetterà dal 29 luglio alle 18 (ora di New York). Tre. Con filmati e musiche del passato e attraverso le testimonianze di scienziate, parlamentari, imprenditrici, attrici e madri di famiglia «Donne» rievcherà gli anni dall'immediato dopoguerra agli anni '90.

Una biografia

Tina, Bowie e gli altri

Tina Turner: un genio musicale dalla voce strepitosa, ma soprattutto una persona con un'esplorazione carica sessuale e un disperato bisogno di amore. Parola di Eddy Hampton Armani, ex assistente e fidato amico ora autore di una biografia sulla Turner che fornisce i particolari di crisi personali ed incontri sentimentali. Si intitola «The real Tina: 22 years with Tina Turner» (La vera Tina: miei 22 anni con Tina Turner) e racconta di focoli quanto ironici incontri con Bowie, personaggi famosi e gente comune. Ma lei, scrive, voleva un legame duraturo: «Cosa ho fatto per non meritarmelo?», si disperava?

CANALE 5

Da sabato in prima serata la trasmissione a premi con i due conduttori

Venier e Scotti grideranno assieme: «Forza papà»

Undici puntate con la partecipazione dell'inviato Bernie Di Maggio. E se funziona già si pensa a mettere in campo «Forza Nonno».

MILANO. Complici Mara Venier e Gerry Scotti, in crisi di auditel, Canale 5 prenderà di mira i padri di famiglia, che hanno già problemi per conto loro ma non quello evidentemente di presentarsi via etere al mondo televisivo intero. «Forza papà» è la trasmissione incrinata e andrà in onda da sabato prossimo per undici puntate alle ore 21. Tanto per cambiare, teatro di ogni avvio di puntata saranno le case stesse dei padri di famiglia, tra suppellettili varie, specchiere, divani e poltrone, casespolverate e tirate a lucido per ospitare i due conduttori, accompagnati persino da un inviato, Bernie di Maggio. Tanto per cambiare i malcapitati padri di famiglia (cinque ogni settimana) dovranno gareggiare fra di loro, in prove di abilità, sostenuti da parenti, figli, mogli, conviventi e, se ce ne fosse la necessità, amanti. I padri di famiglia si disputeranno un ricchissimo premio pescato in un catalogo fornito dall'azienda. L'incontro con Mara e con Gerry sarà una specie di viatico verso la singolare sfida, che avverrà la



Gerry Scotti e Mara Venier



puntata successiva: questo per concedere ai coraggiosi papà di allenarsi (l'allenamento sarà oggetto di un video amatoriale, che dovrebbe documentare i «momenti più divertenti e significativi della preparazione»). Le undici puntate - assicurano quelli della produzione - si svolgeranno al-

l'insegna del gioco, dell'allegria, delle più divertenti trovate e - come è immaginabile - all'insegna della demenzialità, in aperta competizione con «Giochi senza frontiere» et similia. È vero che il demenziale può essere arte e provocazione, ma in «Caro papà» è probabile che si stazioni nel

casereccio-goliardico, che fa tanto male alla vista. Naturalmente in tanta dabbennaggine non può mancare la perla sociologica. Ed ecco motivazioni e profili dei papà in gara: parteciperanno per alcuni di loro è un modo per dimostrare alla propria famiglia di essere ancora giovani, altri vogliono rega-

lare ai figli una nuova e originale esperienza, altri ancora «vogliono mettersi alla prova per conoscere le proprie capacità e per tentare di superarle i limiti». Il papà più anziano arriverà da Messina ed è un signore di 64 anni. Buona fortuna. Buona fortuna, malgrado tutto, anche a Mara Venier e a Gerry Scotti, entrambi reduci da esperienze non sempre felici. Mara dice di essere contenta di lavorare con Gerry, ma si ripromette una lunga pausa, un lungo periodo lontano dal video: «Sto bene. Sono tornata a sorridere come non mi succedeva da tempo, ho ritrovato una serenità che non avevo più e la cosa che desidero è di stare rilassata».

Gerry invece incalza, minaccia un «Forza papà» riservato ai vip addirittura un «Forza nonno», che coinvolga gli anziani: «Quegli anziani - spiega il simpatico conduttore - che si sentono sempre più soli e invece sarebbero in grado di fare ancora grandi cose». Lasciate che le facciano.

U.M.

BOTTE E RISPOSTE

Audience, tg e vetriolo Scontro Mentana-Borrelli

ROMA. «Anch'io come Silvio Berlusconi ho un Borrelli come avversario. Ma sono stato più fortunato». Enrico Mentana ricorre a una battuta sull'attualità politico-giudiziaria per commentare le prime fasi del confronto dell'audience tra il suo Tg5 e il Tg1 diretto da Giulio Borrelli che ha dato il via ad una giornata di botte e risposte tra i due direttori-contendenti. Mentana ha confermato la sua permanenza al Tg5, l'avvio in autunno del nuovo magazine «Metropolitan» e l'impegno di una rete Mediaset satellitare «all news» che partirà entro la prima metà del '99». «L'audience del Tg1 è cresciuta nelle ultime settimane - ha detto poi Mentana - ma nonostante il pedoso traino dei mondiali di calcio non è riuscita neanche a sfiorare i dati raccolti nello stesso periodo dell'anno scorso dal Tg1 di Sorgi. E la conferm che le distanze si sono avvicinate. In estate noi scontiamo un certo calo, dovuto anche al fatto che il nostro pubblico è più giovane, e in questo periodo guarda meno la

tv. Le dichiarazioni ottimistiche dei nostri concorrenti sono frutto dell'entusiasmo dei neofiti».

«Chi ha più audience lo dichiara, chi ne ha meno interpreta...». Così risponde il direttore del Tg1 Giulio Borrelli alle dichiarazioni di oggi di Enrico Mentana sulla sfida dell'audience tra Tg5 e Tg1. «Anch'io - ha dichiarato Borrelli - mi considero fortunato ad avere Mentana come concorrente. Sappiamo che abbiamo appena cominciato e il percorso per noi è tutto in salita. Anche i telespettatori del Tg1, comunque, vanno in ferie. Ci risentiamo perciò in autunno. Auguri di buon lavoro ad Enrico. La competizione, si sa, migliora il prodotto». Controreplica, infine. In cui Mentana Enrico passa ai numeri sul periodo 10 giugno-12 luglio. E sottolinea una perdita di 3,5 punti di share rispetto alla precedente direzione Sorgi. «Conosco Borrelli - sostiene - si consolerà pensando che l'audience è diminuita perché lui non conduce più l'edizione delle 20».