

La verità in un promo, tra il latinorum del senatur e il tedescorum di Trapattoni

MARIA NOVELLA OPPO

Ve ne sarete accorti: quella appena trascorsa è stata una settimana decisiva nello scontro duopolistico tra tv.

Rai e Mediaset hanno sparato le loro bordate facendo scendere in mare, pardon in palinsesto, le loro corazzate nel genere della fiction e del varietà. Gérard Dépardieu contro nientemeno che Elisabetta Gardini (Lazzaro risorto dal cimitero etero), Raffaella Carrà contro Paolo Bonolis.

Come che vadano le singole sfide, quel che conta è frastornare di numeri Auditel, in questo strategico periodo, gli inserzionisti pub-

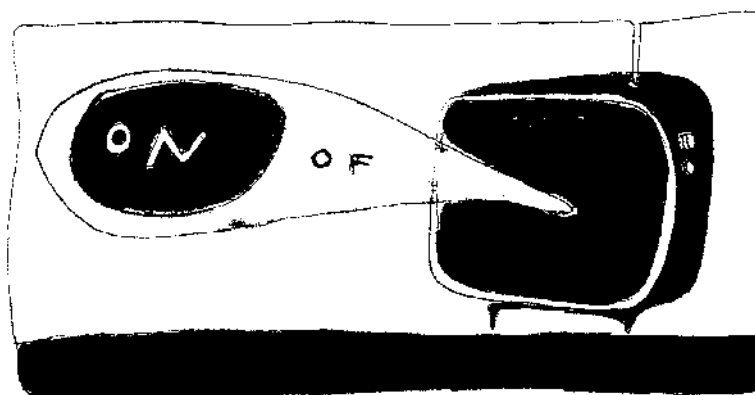
blicitari. I quali, se li andate a scomodare, continuano a dire che a loro interessa un pubblico mirato (si tratta del mitico e tragico «target»), ma poi continuano a investire sulle amucchiate del sabato sera, sulle partite, o sul festival di Sanremo.

La tv generalista è più dura a morire delle resuscitabili star dimenticate. Piovono canali satellitari specializzati, ma continua lo «struscio» affollato nelle vecchie strade elettroniche. E continuano a infuriare gli spot, interrompendo emozioni e noia con la stessa egualitaria, ravvicinata scadenza. Spesso sono più belli dei programmi che feriscono, ma, belli o brutti che siano, sono loro la ve-

ra sostanza della tv, ormai diventata tutta commerciale.

E poiché anche i creativi hanno un'anima e un senso di colpa, qualche volta gli spot offrono anche emozioni gratuite (costate carissime agli inserzionisti).

Per esempio attualmente vanno in onda i nuovi filmati delle Morositas, marchio che un tempo si accontentava di farci notare le fantastiche e nere rotondità di una bellissima ragazza. Oggi invece anche le innocue gomme liquefiche si permettono di inquietarci mandando in onda le torture cui sarebbero sottoposti il limone o la fragoletta al fine di diventare caramelle. Non ci pare una bella idea. Troppi sono i luoghi del



mondo in cui le torture si praticano e non c'è proprio niente da ridere nell'umanizzare frutta e verdura fino al punto di farli sanguinare.

Meglio allora le incomprensibili ma fasciose immagini dello spot Peugeot 206, così apertamente riferite a «Blade Runner» e a un mondo buio, affollato, spaesato,

nel quale, chissà perché si dovrebbe desiderare proprio quel modello di automobile.

Qualche cosa di nuovo, bisogna dire, la tv lo ha prodotto in questo periodo nel campo dei «promo», cioè degli spot che annunciano i programmi. Il miliardario Paolo Bonolis insieme allo spaesato Luca Laurenti, hanno visitato gli ir-

resistibili «set» reali di Bossi, Trapattoni e altri per promuovere il loro programma «Ciao Darwin».

Il latinorum del senatur e il tedescorum del Trap sono assurdi così all'altezza di una vera e propria antropologia televisiva. È pur vero che si tratta di spezzoni andati in onda centinaia di volte in vari contesti, ma si tratta sempre di due grandiosi momenti di verità, nei quali la realtà diventa naturalmente satira e la tv si fa da parte per dare il meglio di sé nella certificazione scientifica.

Cosa che sarebbe piaciuta, appunto, al vecchio Darwin. E anche a noi, più modesti discendenti della stessa scimmia.

abbiamo visto

Mondo Tv



Da «L'Approdo» a Raffaella Carrà Tutta la Rai in una Teca

Laura Federici ha realizzato tutti i disegni originali che illustrano questo numero di «Media»

Dopo anni di polemiche sullo stato disastroso dei propri archivi (programmi storici andati perduti, supporti riutilizzati per registrare nuove produzioni, scarsa attenzione al prezioso patrimonio storico, ma anche artistico e culturale, della televisione pubblica), la Rai è corsa ai ripari. Nel caso specifico, i «ripari» si chiamano Teche Rai. Ovvero, un mega-progetto per l'archiviazione e la consultazione del materiale audio, video e cartaceo in possesso dell'azienda di viale Mazzini.

In pratica, il patrimonio della Rai sarà non solo destinato alla catalogazione digitale, ma sarà anche consultabile e visionabile, in forme diverse, anche fuori della Rai. Entro l'anno infatti saranno aperte le prime postazioni di ricerca - cioè le «biblioteche» alle quali rivolgersi per cercare il materiale (per il momento circa 300mila ore video e 260mila audio) - che saranno a disposizione delle reti, delle testate e del semplice cittadino. Alcune di esse saranno ospitate da strutture pubbliche come le mediateche del mi-

nistero dei Beni Culturali.

Da qualche tempo, parte del materiale già archiviato è visitabile nel sito Internet relativo al progetto (www.teche.rai.it). Corredato di piazza telematica, web chat, questionari, giochi, analisi in tempo reale degli accessi e del traffico web Rai, fornisce informazioni varie sulla Rai, i cataloghi della biblioteca di viale Mazzini e, naturalmente, quelli disponibili delle teche, con la possibilità di ascoltare fino a cinquecento brani, anche formando un vero e proprio palinsesto personale.

L'intero progetto «Teche», invece, sarà completato entro cinque anni. Tanti anni, anche perché si tratta di un progetto molto ambizioso: ricostruire il catalogo di tutto ciò che è stato trasmesso (250.000 ore di video e 253.000 ore di audio), il che prevede il recupero dei vecchi supporti, il loro restauro dove necessario, e la realizzazione di una grande library digitale che consenta la consulta-

info



Gli archivi in rete

Parte del materiale Rai trasferito nelle «teche» è visitabile in Internet. All'indirizzo www.teche.rai.it, trasmissioni, materiali scritti (copioni, per esempio), fotografie e una chat line.

zione in forma multimediale delle teche video, audio, fotografiche e testuali. Chi cercherà qualcosa avrà un catalogo dove oltre a un testo di orientamento potrà consultare il video e ascoltare tutto l'audio in forma complessa, reperire copioni originali della trasmissione, scalette di notiziari e fotografie d'epoca.

Nel corso del lavoro già fatto dall'inizio del '97 a oggi, sono stati recuperati tra l'altro alcuni «pezzi» che si pensava fossero andati perduti. Come, ad esempio, le trasmissioni di *Alto gradimento* e alcuni drammi teatrali andati in onda negli anni Cinquanta. Tra i materiali «preziosi» già archiviati (alcuni dei quali consultabili anche via Internet), quelli della storica rubrica culturale radiofonica *L'Approdo*, andata in onda dal '45 al '77, composti da brani della trasmissione, copioni, fotografie, articoli della rivista, un epistolario inedito fra gli autori e le loro biografie: fra essi, Ungaretti, Bacchelli, Moravia, Pasolini, Pratolini, Caproni, Luzi. Ci sono, inoltre, alcuni documenti storici, come il primo annuncio delle trasmissioni radiofoniche del 6 ottobre 1924, il primo «speciale» sulla neonata televisione del 1954, gli esordi di Mina, Franca Valeri, Baudo e la Carrà. Il primo fondo fotografico recuperato è quello del Centro di produzione di Torino: 18.000 immagini dei primi anni della Rai. Poi ci sono i copioni, ventimila dei quali ritrovati in un capannone a Roma.

Nelle ambizioni della televisione pubblica c'è anche l'allargamento a tutto il mondo del progetto Teche. «Il nuovo vertice della Rai - dichiara il presidente Roberto Zaccaria - ha capito l'importanza del patrimonio aziendale e stiamo lavorando per scilupperne tutte le potenzialità, senza tralasciare di esplorarne tutte le possibilità». Tra le quali, la possibilità «di affrontare forme di collaborazione con altre televisioni per costruire canali fondati sulla memoria e utilizzare anche a fini educativi il ricco repertorio».

Valeria Trigo

Etere online

Se telefonando...

Riesci a sentire le radio del mondo

Basta accendere il computer, entrare in rete e cercare la stazione giusta. Come ha fatto quel ragazzo italiano che durante gli ultimi Mondiali di calcio ha telefonato alla Gialappa's Band mentre erano in onda. Lì stava ascoltando da Tokio. Già, si era sintonizzato sulla Rai in Giappone senza parabola satellitare, semplicemente accendendo il computer e collegandosi via Internet con Radiodue. Da allora le emittenti in Internet si sono moltiplicate. C'è solo l'imbarazzo della scelta. Si va dalle radio sudamericane a quelle asiatiche, passando per una miriade di emittenti di ogni tipo e da ogni continente che trasmettono ventiquattro ore su ventiquattro. Gli unici requisiti necessari sono un computer relativamente potente e l'ultima versione del software Real Audio disponibile gratuitamente presso il sito ufficiale della casa. Per orientarsi ci si può affidare ad alcune agenzie specializzate, sorta di motori di ricerca del mondo radiofonico in rete, fra le quali la più completa sembra essere World Band Radio (<http://www.geocities.com/Tokyo/Bay/3623/radio.html>) o, per l'Europa, Usa e Canada, World's Radio Stations (<http://enr.uark.edu/kaw/>). Si può scegliere in base al tipo di musica, all'area geografica o perfino all'orientamento religioso. Molte emittenti danno la possibilità di consultare archivi pieni di canzoni, altre sono tematiche e si dedicano esclusivamente al jazz, al rock o alla musica classica. Per chi ama il jazz c'è ad esempio Jazz Central Station (<http://www1.jazzcentralstation.com/>) o per il rock Arrow Classic Rock (<http://www.arrow.nl>). Ci sono anche le iper-specializzate, come la Floyd Radio (<http://floydradio.com>) che manda solo musica dei Pink Floyd, oppure quelle di carattere etnico come la Krbc (<http://www.krbc.com>), stazione di musica e cultura persiana, la sudafricana Radio Safari (<http://www.safari.co.za/>), la Nau FM (<http://www3.datec.com.pg/naufm/default.htm>) dalla Papuaia, la Radio Corea (<http://www.radiokorea.com>) e la Hong Kong Commercial Broadcasting (<http://www.crhk.com.hk/>) tutta musica pop cinese all'ultima moda. Da noi è possibile ascoltare alcune stazioni locali, oltre ai network nazionali come la Rai, e fra queste anche Radio Popolare (<http://www.radiopop.it/>). Il problema sono i costi. Se infatti negli Stati Uniti o ad Hong Kong le tariffe sono particolarmente basse, in Italia la situazione è ben diversa. Accendere il computer e ascoltare per due o tre ore una radio qualsiasi, anche se di sera, potrebbe diventare un passatempo costoso, impraticabile durante il giorno.

Jaime D'Alessandro

Più politica,
più economia,
più cultura

M E T R O P O L I S

Il sabato e la domenica
Un inserto sulle cento città

M E D I A

Ogni lunedì un fascicolo dedicato a
libri, cultura, editoria, TV
CD Rom, musica.

l'Unità