



l'Unità

GLI SPETTACOLI

27

Venerdì 20 novembre 1998

RADIORAI

# Santalmassi: cambio pagina

**ROMA** Giancarlo Santalmassi, direttore di Radiorai, non commenta il «fiato sul collo» delle emittenti private sulle rete di Stato. «Non rilancio interviste - dice - sono i numeri che spiegano più delle chiacchiere». E i numeri che lo riguardano, visto che si è insediato a giugno, parlano complessivamente di un aumento di audience rispetto alla precedente gestione.

Sale Radiouno, l'ammiraglia delle news: al primo bimestre di quest'anno registrava 13.646.000 ascolti settimanali, al secondo scendeva a poco toccando 12.956.000, fino a riprendersi e superare i 14 mila «contatti» tra maggio e giugno. Percorso

simile ma più problematico e travagliato per Radiodue, quella che dovrebbe rivolgersi al pubblico giovane: bene al primo bimestre (11.377.000), malissimo tra marzo e aprile (11.165.000), fino alla risalita del terzo trimestre (11.302.000). Sul palinsesto di Radiotre, Santalmassi non è ancora intervenuto. Ma anche la rete «colta» cresce. Anzi, è proprio il canale «Cenerentola», da sempre dedicato alla musica classica e alle contaminazioni più audaci, a guadagnarsi graduali consensi: nel giorno medio del primo bimestre gli ascoltatori erano 1.777.000, nel secondo sono diventati 1.831.000 e nel terzo 1.878.000. Un segno interes-

te da decifrare in epoca di radio generalista a tutti i costi.

Il direttore non commenta, dunque, ma qualcosa se la lascia sfuggire. «Puntare sulle novità, basta con la tradizione, con le solite voci del passato» E qualcosa, in effetti, si è mosso. Per lo meno all'interno di viale Mazzini. Basta confrontare gli ascolti Rai suddivisi per quarto d'ora, tra il 1997 e il 1998. In era «santalmassiana» tramontano definitivamente i programmi «vecchio stile» (tipo le hit-parade e le condizioni d'intrattenimento) e salgono trasmissioni di «rottura» come *Alcatraz*, *Partita doppia*, *Crackers*. E gennaio sono previste altre rivoluzioni. **DAN.AM.**



Un disc-jockey di una radio privata. In basso Renzo Arbore

COMPLEANNI

Radio Vaticana: «Topolino? Un eroe della borghesia»

Topolino? Un simpatico «piccolo scavezzacollo dai pantaloni corti» diventato col tempo un topo «più posato, ma certamente più noioso, che mette la cravatta, vive in un ordinato vilino piccolo borghese e diventa difensore del sistema». Insomma, un personaggio «pieno di stucchevole buonsenso, araldo della classe media americana». A ritrarre Topolino come un eroe capitalista è Radio Vaticana, che ieri ha reso omaggio, con un servizio critico ma affettuoso, ai 70 anni di Mickey Mouse, «un piccolo Charlie Chaplin con le orecchie da topo», che da 70 anni ci dà «un motivo in più per sorridere».

Z a p p i n g

# Radio, il ritorno Private in forma e Rai in difesa

Dimensione Suono insidia Radiouno  
Perdono colpi i programmi per teen-ager

ADRIANA TERZO

**ROMA** Gli ascoltatori della radio crescono giorno dopo giorno, inesorabilmente. Accanto a questa (bella) notizia, ci si chiede: chi ascolta che? La risposta arriva dall'ultima indagine Audiradio relativa al terzo bimestre '98: la Rai detiene lo scettro di regina degli ascolti, nonostante sia insidiata da vicino da alcuni network privati. Primo fra tutti, Radio Dimensione Suono seguita da Rtl 102.5. L'emittente di Eduardo Montefusco, dall'inizio dell'anno, non fa che aumentare il proprio pubblico passato da 4.828.000 nel primo bimestre, ai 4.974.000 del secondo fino ad arrivare al dato più recente (5.174.000, come riportato in tabella) che la fa attestare al terzo posto della graduatoria, dietro a Radiouno e Radiodue (Radiotre, per gli aficionados, è solo al decimo posto con 1.878.000 ascoltatori medi al giorno. Il dato positivo è che moltiplica il suo uditorio che dall'inizio del '98 è cresciuto di oltre 100 mila unità).

In pole position ci sono dunque le radio cosiddette «generaliste». Scendendo un po' più nel dettaglio, dall'inizio dell'anno, il trend risulta negativo per Radiodue (che però, rispetto all'anno scorso, cresce): dai 6.248.000, è passata nel secondo bimestre ai 6.209.000, calando ancora a 5.819.000 nel rilevamento più recente. Più variegata l'onda di Radiouno: partita nel '98 con i suoi fedeli 8.404.000 ascoltatori, nel secondo bimestre li ha visti espandere fino a 8.534.000, per poi registrare una flessione di quasi duecentomila unità, arrivando a quota 8.343.000.

A queste cifre che si riferiscono agli ascolti medi giornalieri (in statistica, si sa, i numeri vanno presi con molta cautela) vanno aggiunte quelle relative all'ascolto settimanale: e qui - sorpresa - ecco che al primo posto si piazza Radio Dimensione Suono, mentre al secondo Radiouno. Com'è possibile? Dagli uffici dell'Audiradio spiegano che questa «incongruenza» si verifica perché il pubblico delle private è più discontinuo e ascolta più emittenti nello stesso giorno, saltellando un po' di qua e un po' là, come si fa con lo zapping televisivo, mentre quello Rai risulterebbe più «fedele»: una volta sintonizzato, non si sposta più. Le cifre dicono che, durante i sette giorni, a fronte dei 14.728.000 ascoltatori di Rds rispondono i 14.256.000 di Radiouno e gli 11.302.000

di Radiodue. Ultima annotazione: per Audiradio, il dato reale, quello su cui si lavora abitualmente, rimane però quello giornaliero.

Dalle circa 39 mila interviste (alla fine dell'anno ammontano poi a 52 mila) realizzate finora dalle due società cui sono affidati i campionamenti, e cioè la Unicap di Roma e la Svg di Trieste, risulta che, nel frattempo, è cambiato il popolo radiofonico (oltre 35 milioni di ascolti al giorno) diminuiscono i giovanissimi (solo colpa del calo demografico?), crescono gli adulti. Radio DeeJay e Radio 105 Network, beniamini dei teenager, perdono pubblico mentre aumenta di quasi mezzo milione al giorno la formula di Rmc Radio Montecarlo. Va bene anche a Isoradio. La rete che si può ascoltare in autostrada (103.3) ormai non più nel pacchetto Rai ma affidata a Vincenzo Viggiani, è in lento ma continuo incremento. Infine: sale Radio Italia Sui, tengono Radio Kiss Kiss, Radio 101 e Radio Lattemiele.

DIMENSIONE SUONO

## «Batteremo la Rai anche con i Gr»

**ROMA** È la prima volta che una radio commerciale batte Mamma Rai. Certo, il dato è settimanale e quindi molto meno preciso di quello quotidiano ma a Radio Dimensione Suono si stappano ugualmente le bottiglie di spumante. Ne ha fatto di strada Rds da quel lontano '78, quando Eduardo Montefusco comprò una frequenza dell'etere romano. Oggi la ex emittente privata è un network gestito da manager, con una squadra di dieci conduttori e un capitale in costante crescita. Come i suoi ascolti, d'altronde.

«Il segreto? Puntare non solo sull'evasione ma anche su un'informazione obiettiva, lontana dall'opinismo spicciolo», spiega Marco Minelli, direttore

dei programmi. «Abbiamo lavorato sodo, giorno dopo giorno e abbiamo creato un nostro formato. Funziona». Già, funziona quella radio generalista ma di flusso dove musica, giochi e news «scivolano» veloci, senza interruzioni, come in un continuum.

Ogni ora «un clock», come dicono a Rds, subito dopo un breve notiziario e le indicazioni sul traffico. E poi tutto il resto. Ovvero telefonate in diretta, novità discografiche molto selezionate, iniziative volte verso il sociale ma realizzate con piglio disinvolto e leggero (come il programma del sabato notte che accompagna il popolo dei «discotecari» e lancia messaggi contro l'uso delledrogheedell'alcol).

«La radio è un media caldo - continua Minelli citando MacLuhan - noi cerchiamo di renderlo incandescente. Per prima cosa vengono gli ascoltatori. Li seguiamo, li coccoliamo. Siamo in onda 24 ore su 24. Anche di notte». Soprattutto di notte, verrebbe da dire. Perché tra mezzanotte e le 6 del mattino, Dimensione Suono lascia da parte i ritmi al metronomo del giorno e diventa «altro», una sorta di piazza via etere dove la gente ha la possibilità di raccontarsi.

La conduzione è sorniona, giovanilista senza eccessi. «Ci ascoltano - prosegue il direttore - persone che hanno dai 16 ai 45 anni. Il focus si concentra nella fascia dei 25 anni. E a differenza che con altre emittenti, il nostro è un pubblico formato da affezionati, suddiviso, al 50%, tra donne e uomini». E i progetti? «Migliorare. Stiamo rafforzando la parte informativa grazie a una serie di firme importanti - conclude Minelli - Dopo, credo che potremo competere anche con la qualità generalista di Radiouno».

L'INTERVISTA

## Arbore: Radiodue? La sogno generalista

MICHELE ANSELMI

**ROMA** Private o pubbliche, lui le ama tutte. E per una volta concorda in pieno con Michele Serra, che martedì su l'Unità ha scritto: «Figlia di un dio maggiore (il dio della discrezione), la radio passa indenne, o quasi, attraverso tutte le buriane, le polemiche, i dibattiti che investono la televisione». Sono passati 33 anni da quando il giovane Renzo Arbore, col Nagra a tracolla, registrò la sua prima cosuccia per la radio. «Mi vergognavo un po' della mia voce, che non aveva (e non ha) un accento proprio raffinato», racconta al cellulare mentre è in tour con la sua Orchestra; ma se c'è una voce che

un pubblico di sinistra, a Radio Radio Mamba e Radio El Sonero che guardano al pubblico degli immigrati e fanno la pubblicità alle linee aeree cubane... E poi non mi dispiace Radio Capital e neppure Radio Subasio: sarà perché la senti dappertutto».

**Manca solo «Radio Freccia»...**

«Non ho ancora visto il film, ma me l'hanno raccontato per filo e per segno. So che è un omaggio alle radio libere degli anni Settanta: quando erano giovani, dinamiche e spontanee, gestite da inguaribili volentieri. Oggi le cose sono cambiate, sono tutti molto più professionali».

**Preferisce le parole o le musiche?**

«Dipende dai giorni. In generale, il pubblico radiofonico, che è per lo più giovane, vuole un'informazione rapida, aggiornata, senza fronzoli. E tanta musica: ma deve essere scelta in base a quella che io chiamo radiofonicità, intonata al ritmo della trasmissione. Perché l'ascolto, da parte dell'ascoltatore, è sempre casuale, avventuroso».

**Equindi...**

«Quindi bisogna catturarlo. Ma non mancano i talenti. In fondo la Gialappa's nasce alla radio, e anche Fiorello, Jovanotti, Mirabella & Garrani, Presta & Dose».

**Molti di loro oggi sono in tv.**

«È la dimostrazione che certe idee possono essere esportate sul piccolo video. È successo per *La corrida* di Corrado, ma anche per *l'altra domenica*, che portai in tv ereditando il linguaggio inventato alla radio: satira, sfottò, umorismo surreale».

**Ci si arricchisce con la radio?**

«No, ma può essere un trampolino per arricchirsi dopo».

**Quanto conta la vocallario?**

«Molto, però da sola non basta. Non sopporto quei dj enfatici che vendono solo fumo o posizioni in classifica. Ci vogliono cultura, gusto, attenzione ai «fattori»».

**Un consiglio a Santalmassi.**

«Ridefinire l'immagine di Radiodue, un po' stretta tra Radiouno, che guarda all'informazione, e Radiotre, che fa cultura. La butto lì e se la rendessimo generalista?».

**OGGI ai cinema**

**COLA DI RIENZO - JOLLY - MAESTOSO**

«LUI» È il fantasma...  
È l'immagine stessa dei misteri e degli incubi

«LEI» È Christine  
perduta in un abisso di delizie e torture

**TORNA DARIO ARGENTO**  
**IN UN MOSAICO DI SUSPENCE, MUSICA E TERRORE**

un film di **DARIO ARGENTO**  
**JULIAN SANDS ASIA ARGENTO**  
**il Fantasma dell'Opera**

Orario spettacoli  
Cola di Rienzo: 15.30 - 18.00 - 20.15 - 22.30 • Jolly: 15.45 - 18.00 - 20.15 - 22.30 • Maestoso: 15.30 - 17.50 - 20.10 - 22.30

**Al cinema Cola di Rienzo allo spettacolo delle 22,30 saranno presenti Dario e Asia Argento**

