

Radiofonie ♦ Nuove tecnologie

La musica che viene dal satellite



MONICA LUONGO

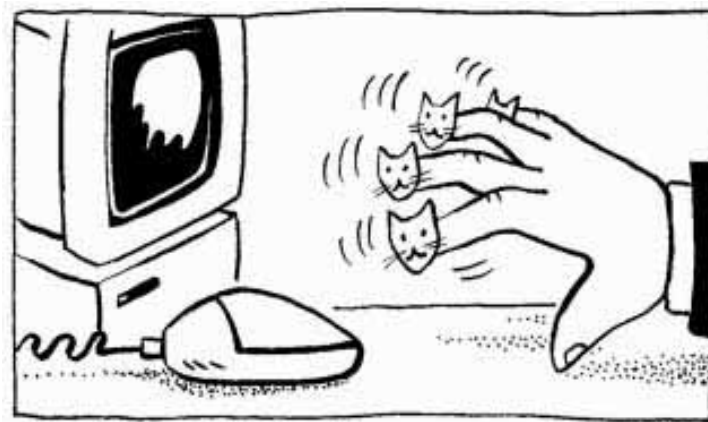
Se a Natale volete regalarvi o farvi regalare un'antenna satellitare - e magari siete anche dei radioascoltatori - sappiate che l'offerta sul mercato si fa sempre più sostanziosa. Partendo dal dato ormai scontato che il sistema digitale è infinitamente migliore di quello analogico, vi proponiamo un piccolo riassunto dei sistemi e poi qualche indicazione per iniziare a orientarvi nel mondo delle emittenti radio (e non fare una figuraccia agli occhi del rivenditore, che potrebbe propinarvi anche una padella antiaderente) che si adegua alla tecnologia satellitare.

Attualmente, tra i vari sistemi digi-

tali, vi sono tre standard, DSR, ADR e DVB. Il primo, in quanto pioniere, occupa un intero trasponder per contenere sedici emittenti e presenta qualche difficoltà per le stazioni radio quando confezionano il pacchetto dei segnali da inviare al satellite. Il sistema ADR consente un audio paragonabile al livello dei cd e soprattutto permette di trasmettere in stereofonia su una qualsiasi sottoportante di una Tv satellitare. L'ADR consente anche di inviare i dati dell'emittente, i titoli dei brani, i nomi degli autori, eccetera. Questi due sistemi sono in concorrenza, ma il numero delle stazioni che optano per l'ADR è in continuo aumento (oltre 80). Sulle due incombè il DVB, che tra l'altro ha la caratteristica di ricevere segnali sia ra-

diofonici che televisivi. Comunque, sia che optiate per l'analogico che per il digitale, le soddisfazioni saranno somme. Tra cui la scomparsa dei disturbi della radio terrestre (specialmente in FM), perché sui satelliti non c'è battaglia tra i Kilowatt.

Le trasmissioni satellitari, essendo destinate a centinaia di milioni di utenti potenziali, sono molto curate e concerti e dischi di tutti i tipi che vengono trasmessi sono in alcuni casi delle vere chicche. Ecco alcuni nomi di emittenti già affermate. **Merlin Network One** (da Astra in analogico, trasmette sui 10.847 Ghz, in stereofonia a 7.38 e 7.56 Mhz). Le sue trasmissioni sono focalizzate sul rock con frequenti visite ai grandi del passato. Trasmette in inglese.



ADR (su Hot Bird, trasmette sugli 11.513 Ghz). In lingua polacca. La radio trasmette musica pop e non ha un identificativo di stazione, ma pare noto che l'emittente sia Radio Wawa. **Radio Melodie** (in ADR, trasmette sui 10.936 Ghz, a 7.56 Mhz, in stereofonia). Radio tedesca che trasmette il genere «regional», composto da musiche tradizionali

popolari di cultura tedesca. Per gli appassionati. **RPR Zwei** (in ADR in digitale, trasmette sui 10.891 Ghz, 7.38 Mhz in stereofonia). Altra radio tedesca, che ha scelto il pop. **Radio svizzera** (trasmette in ADR con 13 canali in digitale). I suoi tre fiori all'occhiello sono «Swiss Classic», «Jazz» e «Light»: la prima è di sola musica classica, trasmette 24

ore su 24 senza ombra di pubblicità, servizio eccellente e interpreti di primo piano: «Swiss jazz» trasmette jazz al 60% e poi blues, soul e latin, anche senza spot. «Swiss Light» copre la musica pop. Per tutti la programmazione segue diverse fasce orarie in italiano, francese e tedesco, spedendo gratuitamente a chi ne fa richiesta un opuscolo quindicinale con la programmazione. Roba da Pronipoti. In Italia vi abbiamo già parlato di Radio DeeJay, anche **Radio Italia Solo musica italiana** trasmette in tutti gli standard principali italiani. I navigatori di Internet potranno anche consultare il sito al quale abbiamo attinto, dedicato agli appassionati: geocities.com/area51.

Dietro lo schermo

Nero ma non solo
Lo sguardo dell'«altro»
sui nostri programmi

Michelangelo Pace ha realizzato tutti i disegni originali che illustrano questo numero di «Media»

ORESTE PIVETTA

Che prima o poi sarebbero diventati un «mercato» interessante per ogni tipo di venditore di buon appetito era intuibile. Gli immigrati in Italia rappresentano non solo un popolo di lavoratori, produttori e contribuenti, ma anche una folla di consumatori: consumi limitati, magari all'inizio poveri, elementari, senza esclusione però per quelli «culturali». L'ovvietà spesso si percepisce con difficoltà. Così con difficoltà si riconosce

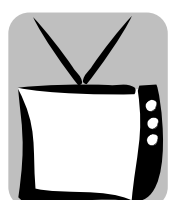
come l'immigrato possa leggere giornali, andare al cinema, acquistare libri e guardare la tv, come l'immigrato insomma possa fare classica e audience e possa ritoccare gli share d'ascolto. Una ricerca promossa dal coordinamento palinestesi della Rai diretto da Giancarlo Leone e condotta da Synergia («Per una comunicazione multiculturale») scopre il rapporto tra i nostri immigrati e i media radiotelevisivi e ci aiuta a materializzare le tracce di un paese che si avvia, ancora timidamente, a diventare multietnico.

Se la televisione ad esempio signifi-

ca casa e famiglia, l'immigrato che guarda la tv è l'immagine di una immigrazione ormai consolidata, non più d'emergenza. La ricerca intanto dà le cifre aggiornate al 1997 (che dovranno essere ovviamente di nuovo aggiornate dopo la sanatoria di un mese fa) degli stranieri con permesso di soggiorno: poco più di un milione, due terzi dei quali provenienti dai paesi extracomunitari «non a sviluppo avanzato». Ragiona sulle differenze tra le varie regioni italiane, sulle condizioni di vita, sulle attese, rivela che nella varietà delle origini (davvero l'Italia, più di qualsiasi altro paese, diventa un «crogiolo di razze») un legame esiste nella lingua, nella buona conoscenza diffusa cioè della lingua italiana, documenta prove radiotelevisive sull'immigrazione in Inghilterra, Francia e Germania. Soprattutto la ricerca denuncia l'inerzia italiana.

La grande televisione pubblica o privata, salvo rarissime eccezioni («Nonsolonerò» di alcuni anni fa) e salvo furbesche utilizzazioni (vedi il

info



La ricerca «Per una comunicazione interculturale» è la ricerca Rai sul rapporto tra immigrati e media italiani. Chiedono più informazione internazionale e programmi educativi.

simpatico e paradossale Idris, tifoso juventino di «Quelli che il calcio»), salvo i telegiornali per gli sbarchi degli albanesi, ha accantonato il problema. Altra storia hanno alcune tv locali e soprattutto le radio locali, che escono trionfatrici, perché evidentemente meno frenate da strutture e procedure sono più pronte a cogliere il senso dei cambiamenti. Basterebbe citare la gloriosa e milanese Radio Popolare, che per prima, probabilmente, e nel lontano 1980, diede voce all'immigrazione. Nacque Radio Shabi (radio popolare in arabo) con uno speaker-giornalista palestinese, il popolare Farid Khabour (la trasmissione venne interrotta nel 1990 di fronte a una indicativa contestazione - perché vi si parlava solo arabo - e venne sostituita da «Mosico» e dalla lingua italiana).

La formula era: metà musica, metà informazione. Formula indovinata, non solo alla luce di altre esperienze locali (e la ricerca ne elenca numerose nelle regioni di maggior presenza degli extracomunitari), ma anche di fronte all'esito del sondaggio (mille stranieri intervistati). L'immigrato vuole sapere di più degli avvenimenti internazionali e del proprio paese in particolare, chiede una informazione di servizio «su come vivere in Italia», programmi educativi e corsi di lingua e di storia italiani. Ma chiede anche trasmissioni che spieghino agli italiani le tradizioni del loro paese di origine, mentre s'annoa (segno d'integrazione?) di fronte alla politica italiana. Gradisce la tv italiana ma non ne è entusiasta. L'omologazione però alla fine travolge tutto. I figli degli immigrati diventano teleudenti non si distinguono per nulla dagli altri bambini: divorano film e cartoni animati, preferibilmente sulle reti Mediaset.

Il consiglio finale è per il «trasversalismo». Giustamente: niente trasmissioni-ghetto o vetrine della diversità, ma «conquistare il prime time... aprire le porte alle minoranze all'interno della programmazione generalista... sviluppare programmi che sdrammatizzano la diversità senza banalizzarla». Insomma il marocchino o il filippino dovrebbero attraversare i nostri media come percorrono le nostre strade e le nostre fabbriche. La svolta televisiva non pare però dietro l'angolo.

Home video

Resnais e l'amore
Così le canzonette
ci riempiono la vita

BRUNO VECCHI

Che la vita è un romanzo, l'aveva già detto. Che la casualità e le coincidenze possono cambiare il corso, pure. Ma non cercate di far notare ad Alain Resnais che «Parole, parole, parole» ha, in qualche misura, un legame con il suo cinema del passato. «Un legame? Non lo so. Forse qualcuno lo vede. Io non lo faccio apposta. Ma se c'è, tanto meglio». Resnais è così: un uomo di 75 anni segreto e misterioso, privo di qualunque nostalgia, per nulla mediatico - in una società che fa della comunicazione ad ogni costo la sua ragione d'essere - capace però, dopo 40 anni di carriera di rimettersi sempre in gioco. Ed ogni volta capace di spiazzare.

Come è successo con «On connaît la chanson», gioco sottile tra il letterale «Conosciamo la canzone» e l'idiomatico «Conosciamo l'antifona» che il titolo italiano affoga in un souvenir di Mina e Alberto Luppo, dove il destino di sei personaggi si intreccia, punteggiato e sottolineato da alcune delle più celebri canzoni del repertorio francese. C'è Simon, che ama segretamente Camille; Camille che si invaghisce per errore di Marc e lo stesso Marc che cerca di vendere un appartamento a Odile, sorella di Camille; e c'è Odile che reincontra Nicolas, a sua volta confidente di Simon. Uno schema geometrico perfetto, che gli sceneggiatori Jean Pierre Bacri e Agnès Jaou di avevano già elaborato con altre coordinate in «Smoking - No smoking». Ma lo schema è sempre più o meno quello: «A» incontra «B», che conosce «C» che ha qualche rapporto con «A». Come a dire che prima o poi finiamo tutti per conoscerci in quel piccolo mondo che è l'orizzonte della nostra vita.

E prima o poi, tutti, finiamo per confrontarci con le canzoni. Poco importa se si sa cantare. L'importante è saperle ascoltare. «Spesso ci si appassiona per quello che ci manca», la parola torna a Resnais. «Io, ad esempio non so cantare. Ma mi piace ascoltare qualcuno che canta. Non ho nemmeno una canzone preferita. Di tanto in tanto ho in mente frammenti di motivi, come molti. E le parole di quelle canzonette escono dalla mente e circolano nel quotidiano». Forse perché, come diceva Fanny Ardant in «La donna della porta accanto»: «Le canzoni dicono la verità. Più sono stupide, più sono vere. E in fondo, non sono poi così stupide come sembrano». Capita l'antifona?

«Parole parole parole» di Alain Resnais, con Pierre Arditi e Sabine Azema (Luca Video Club, noleggio). Assonanze: «Tutti dicono I love you» di Woody Allen (Cecchi Gori Home Video); «Sei gradi di separazione» di Fred Shepisi (Cic Video)

IU

Le occasioni colte in edicola.

Le Nuove Avventure di Charlie
Un irresistibile cartone animato per bambini e non solo.
In videocassetta a 14.900 lire.



Claudio Bisio
per la collana "Cabaret"
"Tersa Repubblica"
In videocassetta a 19.900 lire.



Jesse sole mio
con "Il Canto di Napoli"
ritorna la grande canzone napoletana su CD a 18.000 lire.



Arancia Meccanica
il Grande Cinema di Stanley Kubrick
per la prima volta in edicola.
Videocassetta + fascicolo a 17.900 lire.



Il sound delle ande
Il giro del mondo in 10 fantastici CD con la collana "Musica del Mondo".
a 18.000 lire.



IU

L'occasione colta

Per richiedere gli arretrati chiamare il Servizio Clienti IU multimedia tel. 06.52.18.993 • fax 06.52.18.965 dal lunedì al venerdì 8.30-13.00 e 14.00-17.30

