

Radiofonie ♦ Cinema, Internet e memoria

De Sica neorealista in notturna



MONICA LUONGO

La rubrica odierna sarà come un piccolo diario con appunti e appuntamenti.

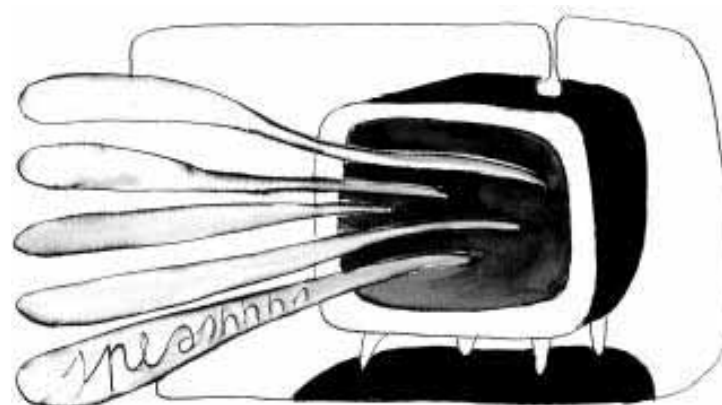
Radio Capital. L'emittente si è arricchita di un sito completamente nuovo (www.capital.it), che offre una panoramica dettagliata dei programmi e dei loro autori e conduttori, oltre alla possibilità di scrivere ai dj preferiti. Attraverso il Real Audio sarà possibile ascoltare la radio via Internet e leggere le classifiche on line. Per il Festival di Sanremo (che crediamo quest'anno supererà ogni umana immaginazione) l'emittente si attrezza con l'indirizzo www.capital.it/sanremo per seguire la ras-

segna sanremese e le canzoni, sempre in Real Audio.

Cinema, cinema. Ogni sabato Radiodeejay manda in onda la sua rubrica di cinema (dalle 13 alle 14), per gli ascoltatori che sono appassionati del grande schermo e anche per chi vuole semplicemente un'occasione per andare al cinema. Il programma ha diverse rubriche, tra cui il film della settimana, la classifica degli home video più venduti e il Radiofilm, ovvero spezzoni di dialoghi originali con l'ascolto della colonna sonora. In questi giorni, poi, un motivo in più per mettersi all'ascolto, visto il Festival del cinema di Berlino. A far da caposcuola ai programmi radiofonici che si occupano di cinema, segnaliamo «Hollywood Par-

ty», che Radiotre manda in onda dal lunedì al venerdì dalle 19 alle 19.45 e che la domenica si trasferisce su Radiodue, per trasmettere film in anteprima o di archivio. Alla conduzione si alternano in molti: Enrico Magrelli, Matteo Spinola, Alberto Crespi, David Rooney, Roberto Silvestri, Stefano Della Casa, Elio Pandolfi ed Efisio Mulas.

Esercizi di memoria. Il sei e sette febbraio Radiotre ha mandato in onda una «notturna» dedicata a Vittorio De Sica. «Esercizi di memoria» è infatti la trasmissione che pesca dal ricchissimo archivio Rai il patrimonio di decenni di radio e lo ripropone tematicamente in versione integrale, dall'una di notte fino all'alba. Riascoltare la voce del grande regi-



sta è cosa assai emozionante, soprattutto se insieme ad altre voci nobili del nostro teatro, come quelle di Sarah Ferrati e Titina De Filippo. Un suo ricordo di come conobbe Zavattini e di come veniva vissuto il neorealismo, mi ha fatto pensare a tutto quanto si sta scrivendo e dicendo in questi giorni a proposito delle nomine di Benigni all'Oscar: De Sica

raccontava infatti in quella registrazione che il cinema deve filmare la realtà e al contempo deve permearsi, così fa la storia, non limitandosi solo a rappresentarla. È comprensibile dunque la necessità di mandare in onda in ora tarda registrazioni integrali che prendono molto tempo. Ma perché non mandare in onda spezzoni in orari più decenti?

Isoradio. Il canale della radio che trasmette notizie sulla viabilità sulla frequenza MHz 103.300 (sul raccordo anulare di Roma sui 103.450 MHz, si sta avvicinando al mondo digitale: per ora trasmette sulla zona di Milano anche in segnale digitale. Speriamo che presto il servizio si estenda a tutto il territorio nazionale, perché ricevere il segnale lungo un'autostrada è un tormento. Giovedì scorso, un camionista disperato ha chiamato in trasmissione Oliviero Beha («Radiocolori»), dalle 11 alle 12 su Radiouno, per segnalare che insieme ad altri 60 camionisti erano bloccati in un parcheggio su una statale del Nord a causa della neve e nessuno era arrivato a soccorrerli in dodici ore di attesa.

Oltre lo schermo



Dal centro sociale al quartiere e viceversa Il «disagio» diventa tv

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

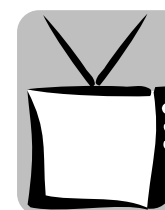
Nell'era della tv digitale, satellitare, globale, che ci permette di vedere ogni canale del pianeta e ogni parte del pianeta in un canale, c'è anche chi rivendica il valore e la necessità di non perdere di vista il proprio microcosmo. Ovvero il proprio territorio, la strada, il quartiere dove si vive. In parole povere, la propria vita quotidiana. Una microtelevisione a raggio ridotto ma ad alto valore comunicativo. Perché il territorio in questione si chiama estrema periferia metropolitana, perché il linguaggio è quello diretto di ragazzi che vogliono

riprendersi luoghi per definizione bollati come vivai di emarginazione sociale, perché l'approccio alla comunicazione è al di fuori di logiche produttive e di mercato. Obiettivo: dar voce al cosiddetto «disagio giovanile» (e anche «adulto»). Questa è la sfida (la necessità) di Off line tv, una minuscola televisione a circuito chiuso, autoprodotta e autogestita, il cui pubblico è al tempo stesso spettatore, interprete e autore.

L'«auto-tv» in questione nasce a Roma due anni fa, durante la prima edizione del Festival Off organizzato

al centro sociale autogestito del Forte Prenestino. Motore dell'iniziativa, la Fluid Video Crew. «L'idea - racconta Davide Barletti, uno dei Fluidi - era quella di ripetere l'esperienza di TeleBiella, la prima televisione privata italiana che venne presto oscurata, ma che aprì la strada alle future esperienze di questo tipo, comprese quelle di Berlusconi. TeleBiella era una tv via cavo con postazioni sparse in alcuni punti della città, fu un evento che coinvolse tutti i biellesi. Così organizzammo la nostra piccola televisione via cavo dentro il Forte, con la cabina di regia aperta a qualsiasi contribuente e con telecamere piazzate anche al di fuori del Forte. In alcuni punti del quartiere». Da allora Off line tv ha avuto vita discontinua, scegliendo di volta in volta, la produzione di video, blitz nel quartiere o incursioni nelle frequenze di reti distate e commerciali. L'avventura della Fluid Video Crew inizia con la registrazione dei concerti del Sud Sound System e di altri gruppi musicali di base e hircalca-

info



LA FLUID VIDEO CREW
Fluid Video Crew è un collettivo di produzione audiovisiva che si pone l'obiettivo di usare il mezzo video per partecipare agli eventi del mondo giovanile e della città

to il percorso seguito dai centri sociali in questi anni. Dalla produzione culturale antagonista a «uso interno», la posse audiovisiva è cresciuta producendo video complessi e aprendosi al confronto con il mercato. «Ora molti di noi lavorano nella televisione, alcune nostre produzioni sono andate in onda in alcune reti nazionali. Ma c'è sempre in agguato la tendenza dei media di sfruttare le espressioni che nascono ai margini. Fare comunicazione al giorno d'oggi non è facile, non è facile inserirsi nei meccanismi televisivi che obbediscono praticamente solo a logiche produttive e di palinsesto. Ognuno di noi, soli e insieme, cerca però di farlo».

L'ultima produzione della Fluid Video Crew, è «Un'immagine del Che», un video di venti minuti nel quale si esplora il mito di Che Guevara a partire da un quartiere della periferia romana dove è nato un centro sociale che porta il nome del comandante. Il video è stato presentato ieri, per l'appunto, al «Che»ntro sociale di Tor Bella Monaca, in una serata all'insegna della Off line tv. «La comunicazione ufficiale chiama questo quartiere il Bronx - dice Davide Barletti -, la stessa comunicazione ufficiale parla di disagio giovanile come di un virus che infesta i quartieri delle città. In realtà il disagio giovanile ha cause ben precise, e il nostro video gioca sulle immagini che producono questo cosiddetto disagio. I ragazzi di Tor Bella Monaca non sono disagiati, il disagio dovrebbero averlo le istituzioni e tutti quelli che non hanno saputo finora dare risposte serie e concrete a bisogni, problemi e necessità delle persone che abitano questa realtà». La filosofia di Off line tv, e della Fluid Video, è proprio questa. Fare controinformazione può essere anche un lavoro creativo, se rafforzato dall'energia innovativa di linguaggi elaborati in un laboratorio permanente, dalla capacità di rielaborare in presa diretta gli stimoli del sociale e di indagare negli angoli meno esplorati dei nuovi comportamenti urbani. «Più si va verso la globalizzazione - dice Davide - più si creano spazi per il localismo, per ciò che è infinitamente piccolo». Ossia, per la nostra vita quotidiana.

Stefania Scateni

Home video

Impatto asteroidi Il 2001 di Kubrick è diventato vecchio

BRUNO VECCHI

È destino. Nessuno sa dire quando, ma accadrà. Come è già accaduto. Un asteroide, magari grande come un continente, colpirà la terra, come sarebbe successo 5 milioni di anni fa, e di quello che siamo stati e saremo non resterà più traccia. All'appuntamento con l'impatto si preparano gli scienziati, dissertando e discutendo ipotesi contrapposte. E si prepara anche il cinema, che nella teoria della catastrofe spaziale ha trovato nuova linfa.

Non è più il 2001 di Kubrick, quando nella galassia si immaginava di viaggiare per ritornare all'essenza dell'origine dell'uomo. Neanche è più il 2000 e passa delle guerre stellari e dei robotini. Anzi, non è nemmeno più fantascienza quella che il cinema cerca di raccontare. Ma un misto di dolore e buoni sentimenti nei quali il genere umano cerca di espriarsi, all'ultimo secondo, il proprio senso di colpa. C'è voglia di confessione e di perdono a Hollywood e dintorni. Mista al desiderio di un limbo dove attendere (nell'aldilà o nell'aldiqua non fa differenza) giorni migliori.

Ecumenismo e catastrofismo, è la ricetta di questa fine millennio (alla quale ci stiamo preparando da almeno cinque anni) che prende corpo in «Deep Impact» e «Armageddon», sorta di manifesto in due puntate del nostro malessere quotidiano, che la DreamWorks di Spielberg e soci e la disneyana Touchstone hanno realizzato praticamente dallo stesso canovaccio. Come è successo anche per i recenti «Z» e «Bug's Life» e come succederà ancora: a dimostrazione che a Hollywood le idee mancano. E quelle poche che si accendono, le majors se le girano tra le mani. Ma questa è un'altra storia e in realtà serve solo a moltiplicare l'indotto dei gadgets. Restando agli oggetti del contendere, invece, si può dire che «Deep Impact» è scritto meglio (merito della mano di un ottimo sceneggiatore: Michael Tolkin) e che «Armageddon» è più spettacolare: che Robert Duvall è un eroe più sfaccettato e realistico di Bruce Willis, sempre più canottiera e sempre umano; che la regista Mimi Leder ha, nel modo di girare, meno fregole pubblicitarie di Michael Bay. E il discorso finisce qui: senza vincitori né vinti. Ma soprattutto, senza veri asteroidi a ballare sopra la testa degli spettatori in attesa di cadere giù. Per quelli, pare, possiamo aspettare ancora qualche milione di film. E di anni.

«Deep Impact» di Mimi Leder (Cic Video, noleggiato); «Armageddon» di Michael Bay (Touchstone Home Video, noleggiato).

UN'ISOLA CHE BALLA AL RITMO DELLA MAGIA

IL LEGGENDARIO MARCELINO GUERRA

CANTAVA LA SUA TERRA LONTANO DALLA PATRIA. VENTI BELLISSIME CANZONI PER RICORDARE CUBA E IL SUO MAGICO RITMO.

CON IN REGALO IL LIBRO «LA SANTERÍA CUBANA»

VERA CUBA

Il Leggendaro Marcelino Guerra N. 2

IU MULTIMEDIA

IN EDICOLA IL SECONDO CD A 18.000 LIRE.

GIULIANA MUCI LA SANTERÍA CUBANA

fluido • roma

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

L'occasione colta

