

Radiofonie ♦ Palinsesti

A caccia di sperimentatori



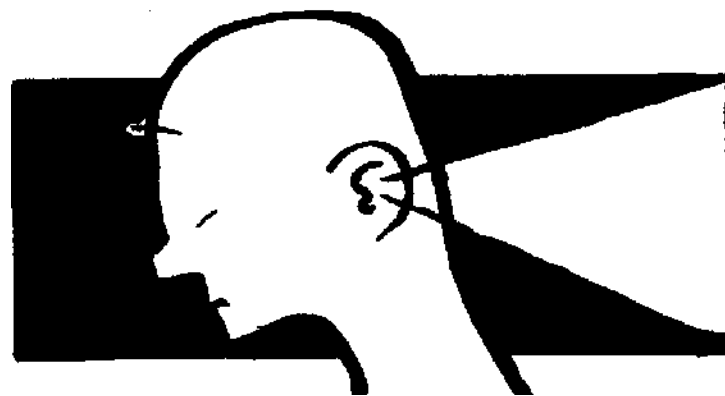
MONICA LUONGO

Da oggi parte ufficialmente il nuovo palinsesto di Radiora. Presentato la scorsa settimana dai vertici dell'azienda, annuncia grandi novità che verifichiamo sul campo, ovvero, nell'ascolto delle nuove e rinnovate trasmissioni. Cosa c'è di nuovo? È stato già scritto nei giorni passati e nel dettaglio dai colleghi che si occupano di emittenza e così non entreremo nel merito. Ma sfogliando attentamente le cartelle stampa offerte ai giornalisti non vedo poi grandi novità. Anzi no, mi spiego meglio, non vedo dove sono le innovazioni, dov'è lo spazio per sperimentare. Il criterio seguito dagli specialisti è stato quello di constatare che il genere di

utente che sceglie le tre reti di Radiora continua a essere diviso nel seguente modo: su Radiouno si sintonizza un pubblico adulto e attento, su Radiodue una larga fascia giovanile che chiede anzitutto musica, sul Radiotre una nicchia molto ristretta e colta. E di conseguenza gli indirizzi delle reti rimangono invariati, ritoccati qua e là. La parola «sperimentazione» compare (spero di non sbagliarmi) solo nella presentazione del programma «Radio 3 Docs» (dal lunedì al venerdì alle 14), che «intreccia linguaggi differenti... e che contiene un primo spazio di sperimentazione (fiction, documentari, reportage) e una più ampia pagina musicale».

Ora, è vero che ognuno può intendere la sperimentazione come crede ma, e lo abbiamo scritto anche la scorsa settimana,

la duttilità del mezzo radiofonico permette molteplici interazioni con altri mezzi di comunicazione e non solo con la tv e con Internet, quando usato solo come pagina relativa ai programmi e come spazio per le email. Occorrerebbe avere più spazi e tempi di riflessione sull'argomento e un po' più di coraggio nel rischiare anche mettendo in onda iniziative che potrebbero rivelarsi un fiasco, ma su cui varrebbe la pena spendere qualche idea. Anche perché la sfida tecnologica è iniziata da tempo, le principali radio del mondo sono online e non solo parzialmente, e tra non molto l'interazione con la Rete sarà superpotenziata. Come si potrà reggere la sfida e diventare più competitivi, anche rispetto alle emittenti private nazionali, che si stanno dando da fare?

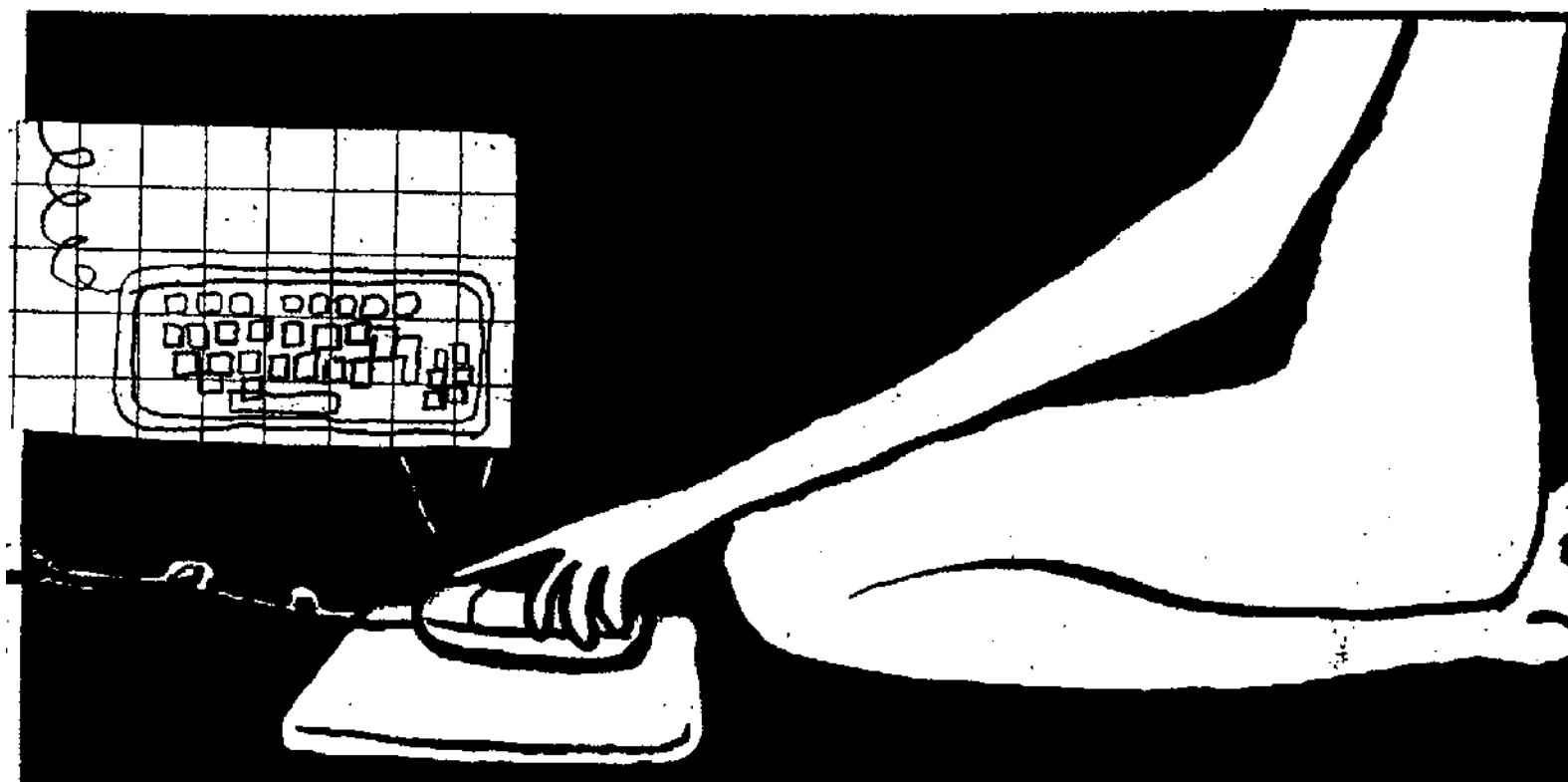


Nell'attesa vi segnaliamo i programmi che ci sembrano più interessanti. Premettendo che ci sembra rischioso perseguire in questa via vai di programmi radiofonici che sbarcano in tv e viceversa, come annunciato per la fiction «Un medico in famiglia» che si sposterà su Radiodue (dal lunedì al venerdì alle 13.44). Radiouno manterrà il suo carattere di rete d'informazione e lascerà le

sue rubriche fisse, tra cui il celebre «Golem», «Zapping» e la fascia pomeridiana di «Baobab», premiata anche dagli ascoltatori. Un viaggio nella multimedialità se lo concede «Bit» la rubrica curata da Claudio Mantovani che va in onda il mercoledì e venerdì nel Gr delle 18, mentre la domenica alle 13.36 Lillo Perri si occupa di «Consigli per gli acquisti», dedicata al mondo della pubblicità. Su Radiodue

si tranquillizzano i fans per il ritorno di Diego Cugia e del suo «Alcatraz» che da oggi riparte alle 12.03. Così come riparte lo storico «3131», che sarà condotto alle 10.35 dalla giornalista e scrittrice Roberta Tatafiore e che, oltre alla cronaca punterà sul tema dei sentimenti. Un'altra serie di trasmissioni cult non verranno toccate, come «Caterpillar» e «Il ruggito del coniglio». Su Radiotre, infine, l'offerta si fa sempre più raffinata sia nel palinsesto teatrale che in quello musicale: Franco Quadri cura il ciclo «Teatri alla radio-Europa oggi», con la presentazione di molti testi inediti. Il pomeriggio rimarrà il contenitore dedicato essenzialmente ai libri, «Fahrenheit», mentre la domenica mattina sarà «Candide» a scavare nel mondo dell'informazione, tra tv e carta stampata.

Mediamente

Dire, fare, contare
La difficile sfida
di educare giocando

I disegni originali che illustrano questo numero di «Media» sono di Marco Petrella

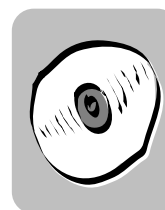
Cari Editori Riuniti, vi scrivo a proposito della vostra collana di Cdrom per bambini e ragazzini. Come molti adulti, sono una consumatrice per interposta persona: cerco, vedo e gioco con i prodotti della multimedialità soprattutto alla ricerca di una «scorciatoia» cognitiva per i miei figli. I vostri Cd mi piacciono abbastanza. Non sono sovraccarichi di dettagli grafici inutili o impossibili da usare e questo è importante. Però dei difetti ce li hanno e spero che abbiate voglia di ascoltare noi consumatori, così da farne di migliori. Cominciamo dalle

così positive. Con «Il paese dei numeri» («Viaggio nel mondo della matematica», lire 59.000), mio figlio di sette anni è in grado di giocare da solo, scegliendo il livello di difficoltà e l'ambiente in cui raccogliere le sfide aritmetiche che il gioco propone. Forse la narrativa del gioco è un po' troppo leziosa per i pupi d'oggi, ormai grintosi ed eruditi, ma la struttura evidentemente funziona, perché lo tiene incollato alla tastiera a far di conto. C'è una certa difficoltà (la solita) ad entrare ed uscire dal setting e dal gioco stesso. Secondo me è dovuta alla grafica e ai colori, un

po' cupi forse, ma non sono un'esperta e quindi vi segnalo solo il problema. Domanda: perché non ne fate uno sulla geometria? Dal punto di vista grafico, offre soluzioni più semplici e intuitive dell'aritmetica.

L'altro Cd della collana Multimedia, quello sulla fisica, diretto a ragazzini di almeno 9 anni, «I signori degli elementi», è un buon tentativo ma purtroppo secondo me fallito. Mi spiego: la meccanica classica, l'ottica, l'elettrodinamica, anche a livello di ciò che possono comprendere i bambini, hanno una coerenza (e semplicità) fortissimi. Non si può sperare di allestire così, di pendolo in pallone aerostatico, di birillo in carrucola, la loro comprensione senza spiegare la logica di questa coerenza, come se fosse tutto frutto della casuale fantasia di qualcuno. Il percorso narrativo (il Signore del Caso ha perso il gatto e bisogna aiutarlo a ritrovarlo) è troppo semplice e viene però complicato via via dalla struttura del Cd: pagine monche da ritrovare, un libro che fa da bussola e da trampo-

info

NUMERI
E ATOMI

Le scienze si imparano giocando? È la scommessa dei cdrom per bambini. Tra i titoli di cui si parla qui a fianco: «Il paese dei numeri» e «I signori degli elementi» di Editori Riuniti

lino.

Il Cd sulla pubblicità, «Kid Spots» è divertente. È una specie di racconto su come funzionano le agenzie pubblicitarie. A giudicare dalle sperimentazioni che fanno fare a scuola, potrebbe tornare comodo a molte insegnanti. È un po' difficile da gestire però, i diversi percorsi non sono immediatamente riconoscibili. Poi c'è quello per fare il giornalino a scuola, un mini sistema editoriale, che mi interessa molto perché ho aiutato i ragazzi delle medie a scuola di mio figlio grande a fare il giornale per due anni consecutivi e mi ero arenata proprio su questo scoglio. Può darsi che i miei ragazzi siano un po' indietro dal punto di vista dell'agilità informatica e che magari altri lo trovino eccessivamente scarso, ma devo dire che per noi questo prodotto funziona. Eravamo abituati a Publisher di Microsoft, un prodotto troppo sofisticato. «Kid Press» è facile, semplice, non si impazzisce nella scelta di mille varianti al menù, l'archivio sostituisce agilmente un «pezzo» venuto male: ci sono molte foto di repertorio da usare. Insomma, «Kid Press» (il giornale dei ragazzi, target dai 7 ai 12, lire 59.000) è il migliore dei vostri prodotti e senz'altro il più avventuroso e utile.

Sulla serie «Clicco», i floppy accompagnati da qualche pagina di testo, non c'è molto da dire per la verità. Ci è piaciuto quello sulla storia della propria famiglia, preso di peso dai programmi di terza elementare, quando si comincia a studiare la storia. È un gioco divertente ma per necessità un po' «povero» (si disegna il proprio stemma familiare «trascinando», uno dei simboli a disposizione, per esempio) e forse i bambini si aspettano qualcosa in più. Il «Clicco» sull'Europa Unita, perdonatemi, mi annoia molto, ma capisco che come immagazzinamento di dati, facili da consultare e usare per una elementare ricerca, può andare. L'altro che abbiamo visto, «Il nostro pianeta», è chiaro e ben organizzato, ma non vedo un contesto preciso per sfruttarlo a casa: il target, in questo caso, credo siano le insegnanti più che i bambini. Anche il gioco delle domande mi sembra buono se fatto in classe, magari con una sfida o qualcosa del genere. Ecco, vi ho detto tutto. Buon lavoro.

N. R.

Home video

La lunga storia
di Giovanna d'Arco
santa di celluloido

BRUNO VECCHI

Santa, martire, invasata, ribelle, guerriera, oppure soltanto nuova icona dello spettacolo vitamino-spirituale? Ci sarà modo, in questi primi sospiri del 2000, di discutere a lungo sulla figura di Giovanna d'Arco. Sempre che non si abbia qualcosa di meglio da fare. Vuoi per il film di Luc Besson con Milla Jovovich, appena uscito sugli schermi, che la disegna come una sorta di Rambaldi Medievole; vuoi per la fiction televisiva di Christian Duquay con Leelee Sobieski (reduce da «Deep Impact» (Cic Video) e «Eyes Wide Shut»), prontamente messa in palinsesto da Canale 5 per cavalcare l'onda, che la trasforma in una eroina delle soap.

Ma al di là del trend di questo gennaio «doppio zero», la Pulzella d'Orléans è sempre stata un personaggio caro al cinema. Fin dagli albori della Settima arte. E allora tanto vale riannodare il filo della storia (per quel che concede il mercato dell'home video) e rinfrescare un po' la memoria. Soprattutto in questo tempo di high-tech esasperato da un contorno di effetti speciali che tolgono il respiro e la voglia di pensare. Un punto di partenza, per una riflessione privata sulla Santa francese (canonizzata nel 1920), è senz'altro la intensa e straordinaria Pulzella rappresentata da Carl Th. Dreyer nel 1927 con Renée Falconetti in «La passione di Giovanna d'Arco», che Elleu edita nella collana «Introvabili» (in edicola questa settimana). Film nel quale, il grande regista danese, si impegna: «a scoprire la tragedia umana al fine di ritrovare, dietro l'aureola dell'eroica santa, la ragazza che si chiamava Giovanna».

Non sempre è andata così. Victor Fleming, ad esempio, nel suo «Giovanna d'Arco» (Eden Film, fuori catalogo) con Ingrid Bergman, ne rende un'immagine molto hollywoodiana. Tanto hollywoodiana che, cinque anni dopo (1953), la Bergman riprese il ruolo in chiave più intimista con Roberto Rossellini in «Giovanna d'Arco al rogo». Usata in versione propagandistica dai nazisti in «Das Mädchen Johanna» di Gustav Ucicky, oppure abbigliata come una bizzarra vestale del saio griffato da Jean Delannoy in un episodio di «Destini di donne», con Michele Morgan, Giovanna regala anche il primo ruolo sullo schermo allora diciannovenne Jean Seberg in «Santa Giovanna» di Otto Preminger (Playtime, fuori catalogo). Per tornare, in tempi recenti, la ragazza cercata da Dreyer, con reazioni infantili alle cose della vita (quando morì sul rogo, nel 1431, aveva solo 19 anni) nel monumentale «Giovanna d'Arco» di Jacques Rivette (Columbia Home Video), con Sandrine Bonnaire.

GARE • BILANCI • ASTE • APPALTI

LA LEGGE È UGUALE PER TUTTI.

(SU L'UNITÀ PERÒ COSTA MENO)

Se la pubblicità è un obbligo per legge, il risparmio è un diritto. Con l'Unità potete acquistare spazi per gare, bilanci, aste ed appalti (legge n°67/87 e D.L. n°402 del 20/10/98) ad un prezzo decisamente promozionale, certi di essere letti dalle persone che contano. Il prestigio di una grande visibilità alla portata di tutti gli Enti e Ministeri.

Per informazioni e preventivi telefonare allo 06 • 69996414 o allo 02 • 80232239

Quotidiano di politica, economia e cultura
l'Unità

