

Radiofonie ♦ Radiorai

Un portale nuovo di zecca



MONICA LUONGO

È ora e possiamo dirlo: l'informazione sul servizio pubblico radiofonico ha sempre latitato. Senza incolpare nessuno, la radio è sempre stata seconda alla tv con i disegni che questo posto in classifica comporta, anche se gli ascolti e la qualità dei programmi ha sempre sconfessato questa classifica. Ma da ora abbiamo qualche speranza in più. Mercoledì alla Rai di Roma verrà presentato il portale di Radio Rai e noi siamo corsi nella redazione di Saxa Rubra a vederlo in anticipo per potervelo raccontare così che tra due giorni sarete pronti per l'evento. Badate: trattasi di portale e non di sito, vale a dire - se ci fosse ancora

qualche lettore che non conosce la differenza - un servizio tematico che offre infinite possibilità di connessione nella Rete. L'indirizzo è www.radio.rai.it ed è stato realizzato in pochi mesi da una squadra ristretta, una ministruttura - che si chiama SPM (Sviluppo nuovi prodotti multimediali) e fa capo a Gianluca Nicoletti - che ha lavorato sodo e che in futuro sarà a capo di una lunga e corposa matassa che si dipana dentro ogni redazione di Radiorai.

Tutte le pagine del sito sono di facile consultazione e ogni rete ha scelto un suo stile specifico che anche graficamente rispecchia l'idea che ogni direttore ha della rete e il suo palinsesto. Ogni programma ha un suo link, con gli indirizzi, i contenuti e persino le foto dei suoi curatori, così che ogni

giorno sarà possibile sapere cosa va in onda. Molte trasmissioni hanno già un loro sito, che confluisce nel portale, con la sua fisionomia e le sue iniziative. Inutile dire che tutto il palinsesto sarà ascoltabile on line, concerti compresi. Così Radiouno e i Gr di Ruffini mantengono anche visivamente la caratteristica dell'informazione continua. Radiodue di Valzania si presenta in Rete come uno spiritoso videogame, dentro cui sarà possibile navigare utilizzando una sorta di plancia di comando di un sommergibile. Radiotre di Carlotto ha scelto due criteri di consultazione: seguendo il palinsesto oppure le chiavi tematiche. Oltre alle reti sarà possibile consultare l'archivio della radio, ricco di bellissimi filmati e audio provenienti dalla struttura Te-



che o reperiti e per la prima volta visibili, dagli archivi della sede storica di via Asiago (noi ne abbiamo visto uno quasi commovente che riprende i vecchi studi in cui lavorava Alberto Sordi ai tempi di Mario Pío o la sala di registrazione dedicata alla sezione prosa; il tutto vagando con la telecamera tra ottoni e bassorilievi ormai scomparsi). Non mancheranno forum e giochi, ol-

tre all'organizzazione di un club delle radio che renderà possibile l'ascolto di altre emittenti internazionali che fanno uso della lingua italiana, con le quali si realizzeranno eventi congiunti. Trovano la loro collocazione nel portale anche le reti considerate di «pubblica utilità» (Ciss, Isoradio e fildiffusione), dove sarà possibile conoscere in tempo reale condizioni di via-

bilità e previsioni meteorologiche.

L'evento come avrete compreso, è imponente ma soprattutto importante. Perché restituisce alla radio del servizio pubblico la dignità e levatura che ha sempre avuto e la pone all'altezza delle tecnologie più avanzate. Ciò sottolinea la chiave «moderna» delle potenzialità della radio, cioè la sua capacità di interagire con la Rete, la sua duttilità, la possibilità di lavorare in maniera «planetaria». Insistevano da tempo sulla necessità di modernizzazione i colleghi - ancora troppo pochi - che all'interno di Radiorai sperimentano i mix culturali e i cortocircuiti che mettono insieme pubblico, idee, provocazioni, contributi culturali «alti» e «bassi». Alla fine qualcuno ha dato loro ascolto. In bocca al lupo.

Réclame

di Maria Novella Oppo

La tecnologia avanza
E il testimonial
si sostituisce al prodotto

Sono di Laura Federici i disegni originali che illustrano questo numero di «Media»

Che fine ha fatto il tenero sequestratore delle Pagine Gialle? È stato sostituito dal tassista Claudio Bisio, testimonial recalcitrante del nuovo servizio Pagine Gialle al telefono.

Ma, per chi si fosse affezionato al bandito che ci ha fatto compagnia per anni e ha impegnato con le sue bizzarrie il simpatico maresciallo, abbiamo preso informazioni presso i creativi della agenzia BGS D'Arcy. I quali, nella persona di Silvio Saffirio, ci hanno gentilmente assicurato che sia il fuorilegge che il carabiniere stanno

bene e hanno anche fatto carriera. Tutti e due gli interpreti sono passati diciamo a miglior (o peggior) fiction: Michele Annunziata (il bandito) recita nel serial di Raitre «La squadra», mentre Gianfranco Bava (il maresciallo) recita nella serie di Canale 5 «Tequila e Bonetti», che ancora dobbiamo vedere.

La notizia ci tranquillizza, anche se ci fa capire quanto sia cinica l'emozione pubblicitaria, capace di inventare del vero e proprio tormentoni e di interromperli senza avvertirci e senza concederci lo straccio di un fi-

nale rassicurante.

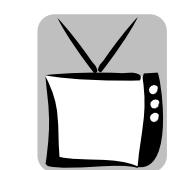
Ora però c'è «il Walter», un tassista che vorrebbe fare comunella (e magari comunismo, secondo il titolo di un impegnativo testo scritto dallo stesso Claudio Bisio) coi suoi clienti, consigliando ogni genere di soluzione alle loro necessità. Ormai però ci sono le Pagine Gialle al telefono, che rendono inutile tanta disponibilità.

Insomma l'elettronica, volendo, si sostituisce anche ai più bassi servizi a pagamento.

Come per esempio consigliare alberghetti compiacenti? Questo no, perché i clienti telefonici vanno tutti al Grand Hotel. È la religione della pubblicità: il prodotto (che qui è un servizio) è santo e il creativo è il suo profeta.

Quindi l'originalità della campagna sta tutta nel fatto che Bisio non è il testimonial, ma l'anti-testimonial, il nemico dichiarato delle Pagine Gialle. Insomma, se le infinite capacità della tecnica si sostituiranno non solo alle nostre qualità, ma anche ai nostri di-

info



I nuovi spot Nelson Mandela, Marlon Brando e Woody Allen sono i protagonisti della nuova campagna di Telecom Italia, ideata in collaborazione con l'agenzia Leagas Delaney.

fetti, almeno ci rimarrà la possibilità di odiarle, forse la nostra qualità più tragicamente umana. Come si vede, ecco una lezione morale (o immorale) che ci viene dritta dalla pubblicità.

Bisio non è nuovo allo spot: per Majò addestrava un porcellino alla esaltazione della maionese. Si sostituiva dunque al regista (che era Daniele Luchetti) proprio come qui cerca di sostituirsi al prodotto, sotto la regia di Gabriele Muccino. La serie dei filmati è lunga e variata e può avere imprevedibili sviluppi. Magari perfino quello di veder salire sul taxi un sequestratore innocuo e indeciso... Di tutt'altro genere lo spot in bianco e nero che vede il debutto assoluto di Melanie Griffith nella pubblicità con Wylter Vetta, marchio italiano (appartenente alla dinastia Binda) della orologeria, che distribuisce altri diversi marchi (da Seiko a Lorus, da Radius a Jack Russell). Trattandosi di tanta diva, il clima è classicamente cinematografico. Siamo nell'epoca d'oro dello spionaggio internazionale e la nostra eroina fugge spericolatamente da terribili controparti che stanno per raggiungerla. È costretta a gettarsi da una finestra, tenendo in mano delle carte. Con rapida sintesi arriviamo al finale. In un bosco due macchine scure si fronteggiano per lo scambio. Melanie consegna il plico, attende ansiosa e finalmente avviene la liberazione dell'ostaggio: una bella cagnetta che corre tra le sue braccia. Insomma, la cortina di ferro non c'è più e l'orologio scandisce il tempo della tenerezza.

Anche qui il messaggio vola alto. Merito dell'agenzia dal nome diventato impossibile per successive aggiunte: Lowe Lintas Pirella Göttsche e Partners. Più il regista Luca Maroni e la casa di produzione Milano Cinematografica.

Bella la fotografia di Manfredo Archinto in una livida Budapest molto scenografica. Bellissima, ovviamente Melanie Griffith, anche se molto segnata dalla luce drammatica. Però questi divi americani che fanno pubblicità solo all'estero, per non rovinarsi la faccia a casa loro, sanno un po' di perbenismo colonialista. O di partita doppia. O, addirittura, di doppia morale, che è lo stesso.

Home video

Voci d'estremo Oriente
Grande bravura
ma il pubblico è latitante

BRUNO VECCHI

L'urlo di Chen non terrorizza più l'Occidente. Anzi, messo nella soffitta dei ricordi lo schiaffo del classico kung-fu movie degli anni Settanta (ma Bruce Lee merita sempre di essere ricordato), il cinema dell'estremo Oriente (vedi soprattutto il capitolo Hong Kong), al quale Udine ha consacrato una bella rassegna che si è chiusa ieri, ha finito per contaminare stitichemente molti film d'azione occidentali. E non solo per la presenza di stelle hollywoodiane di stelle e registi asiatici.

Il più sollecito a seguire le tracce orientali, anche perché era il modello narrativo più in crisi, è stato l'agente 007, che in «Goldeneyes» (Warner Home Video) ha subito un vero e proprio processo di metamorfosi hongkonghese: nell'uso della macchina di presa, nel taglio del montaggio, nella scansione del ritmo delle scene. Ma non è solo Bond che guarda verso il Far East. Dagli studios di Hollywood, tempio del protezionismo del made in Usa, dopo un avvio stantato («Senza tregua», Cic Video), e «Nome in codice: Broken Arrow», 20th Century Fox Home Entertainment, John Woo ha ottenuto carta bianca per «Mission: Impossible 2». Merito del successo di «Face/Off» (Buena Vista Home Video), sequel non dichiarato di «The Killers» (Elle U), diretto anni prima in patria.

John Woo, Wong Kar-wai («Happy Together», Lucky Red Home Video, e «Hong Kong Express», Mondadori Video) e capitolo cinese a parte, molti dell'Oriente cinematografico resta ancora una sorta di angolo oscuro nell'immaginario dello spettatore italiano. I film difficilmente escono nelle sale. E anche vero che molti titoli non hanno grande richiamo e fascino internazionale: come accade a tutte le produzioni medio-basse di tutte le cinematografie del mondo. Ma perfino nell'home video, mercato di riparazione per eccellenza dei film che non fanno box-office, dove la presenza dei titoli è in aumento l'arrivo in videoteca è caratterizzato spesso e volentieri da un insolito silenzio promozionale. È il caso di «The Blade» (Mi Group, distribuito da Columbia), piccolo capolavoro «wu xia-pian» (l'equivalente orientale del cappa e spada) di Tsui Hark. Ur regista che con il passaggio ad Ovest è un po' per so: confrontare con «Double Team» (Columbia Home Video) per credere. Stessa sorte è toccata a Jackie Chan, campione d'incassi nelle sale dell'ex enclava inglese. Dopo «Terremoto nel Bronx» (Cecchi Gor Home Video), la Medusa Home Entertainment ha pubblicato altri suoi film della serie «Police Story» ma quasi in sordina.

La scrittura creatina ♦ Londra

Soddisfatti o rimpiazzati



Una delle migliori attrazioni librarie che abbiamo visto a Londra in occasione della recente London International Bookfair, stava al di fuori della fiera del libro, in città, ed era una catena di librerie. Ora, l'espressione «catena di librerie» fa generalmente pensare a quei supermarket enormi, con spazi infiniti e luci al neon: beh, in questo caso non è così, queste sono librerie medio-piccole, di qualità. La catena londinese si chiama «Books, etc.», scritto proprio così, con quell'etc. puntato, e con i caratteri in corsivo.

Cosa avevano di così particolare, queste librerie? A dire la verità, nulla di più di quanto ci si aspetti da un negozio di buona qualità in termini di scelta, comodità, accoglienza. La peculiarità sta tutta in un cartello che trovi appena entri, dietro la cassa. Ti spiega che «Books, etc.» adotta la politica del «soddisfatti o rimborsati». In due parole: compri il libro, vai a casa, lo leggi, e se non ti piace (e se hai avuto cura di trattarlo bene, senza sguaiarlo o rovinarlo troppo) puoi restituirlo al libraio, che te lo sostituirà con un altro a tua scelta, o consigliato da lui. Il

cartello dice anche: «provate a usare questo metodo soprattutto per i libri di giovani scrittori, esordienti, il cui acquisto è sempre un po' a rischio. Compratelo, e se non vi piace saremo lieti di consigliarvi un'altra lettura».

Ci siamo commossi di fronte a tanto candore (o era sicumera?) e al tempo stesso abbiamo invidiato un paese e una letteratura capaci di rischiare così tanto sui giovani autori (lasciamo stare per un momento le implicazioni commerciali, il «venghino signori venghino» implicito nel concept dell'iniziativa).

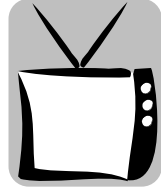
Abbiamo subito, automaticamente, pensato ai nostri piccoli autori italiani, a quanto possibilità avrebbero, loro (e quanti, e quali fra loro), di non essere rispediti indietro al mittente con il timbro «insoddisfacenti», e quindi da rimborsare.

Ci siamo scoraggiati un po'. Poi siamo tornati in Italia, e abbiamo cercato di non pensarci più, di non demoralizzarci. Allora abbiamo scritto questo articolo. Se non vi è piaciuto, mandatecelo indietro, ve ne scriviamo un altro.

Marco Cassini e Filippo La Porta

Magazine & Tv ♦ Liberal Marxism contro Itn

Vere o false? La guerra delle immagini



ROBERTO AITA

Che importanza rivestono le immagini provenienti da un conflitto nell'orientare le opinioni dei cittadini e soprattutto, degli uomini politici? Moltissima. Per questo motivo si assiste ad un controllo sempre più restrittivo degli accessi alle zone interessate dai conflitti, con l'esclusione anche totale dei media dai punti più «caldi» (come è accaduto durante la crisi del Golfo e prima ancora con la guerra delle Falkland), e parallelamente si moltiplicano i tentativi di far passare «veline» fotografiche e televisive da parte dei servizi di informazione dei paesi coinvolti. Fino ad arrivare alla preparazione a tavolino di massacri contro la popolazione civile per provocare, con l'aiuto dei media, un intervento militare internazionale. È così che nascono molte delle «bufale» propinate a giornali e tv negli ultimi anni, dall'eccidio di Timisoara in Romania alle stragi nei mercati ed alle fosse comuni nella ex-Jugoslavia.

Per tentare una seria analisi di questo fenomeno sono recentemente stati pubblicati alcuni studi, come «La Tirannia della Comunicazione» di Ignazio Ramonet (Asterios, pa-

gine 150, lire 39.000), «The Media of Conflict», volume collettivo curato da Tim Allen e Jean Seaton (Zed Books, London, 1999, pagine 320), o «The First Casualty: The War Correspondent as Hero and Myth-maker from the Crimea to Kosovo» di Phillip Knightley. L'autore di quest'ultimo libro, pubblicato in Gran Bretagna da Prion Books, è stato chiamato a testimoniare in un processo per diffamazione che ha creato scalpore nella comunità dei media. Davanti all'Alta Corte sono finiti due organi di informazione inglese - la rivista «Living Marxism» e il gigante televisivo Itn - che si sono scambiati pesanti accuse per un servizio tv realizzato l'agosto del 1992 in Bosnia. Secondo quanto scritto dal giornalista tedesco Thomas Deichmann su «Living Marxism», le immagini girate dalla troupe Itn in una ex-scuola a Tropolje, nella Bosnia settentrionale, erano state effettuate in modo da dare l'idea che si trattasse di un campo di concentramento, invece che di un centro di raccolta dove trovavano rifugio i bosniaci. Il corpo scheletrico di Fikret Alic, un bosniaco musulmano ripreso dietro un filo spinato insieme ad altri compagni, come in un campo di sterminio, ha scosso profondamente l'opinione pubblica

internazionale. Per tutelare la propria reputazione, i giornalisti di Itn Ian Williams e Penny Marshall chiesero il sequestro della rivista e querelarono la redazione. A tre anni di distanza, «Living Marxism» si è trovata davanti al giudice a difendere il proprio diritto di critica e la libertà di espressione, forte dell'appoggio di numerosi intellettuali e giornalisti - come Doris Lessing e Noam Chomsky - che hanno sottoscritto una petizione per sostenere le spese del processo. L'Alta Corte ha condannato la rivista e il suo editore a pagare 375.000 sterline di danni per diffamazione a mezzo stampa.

«Non vi è dubbio che la libertà di espressione sia essenziale alla società - hanno commentato Ian Williams e Penny Marshall - questo però non ha niente a che vedere con chi pubblica menzogne». Diverso il parere di Mick Hume, direttore di «Living Marxism»: «La corte ha rigettato tutte le testimonianze di esperti da noi portati in aula, compresa quella di John Simpson della Bbc. L'unica cosa che questa corte ha provato "oltre ogni ragionevole dubbio" è che la legislazione inglese sulla diffamazione è una disgrazia per la democrazia e una minaccia per la stampa libera».

