

musica

URI CAINE IN CONCERTO A ROMA
Chi è Uri Caine e perché si parla tanto di lui? Una buona occasione per capirne di più è il concerto di questa sera alla Sala Sinopoli dell'Auditorium-Parco della Musica a Roma. Il compositore e pianista americano sarà alle prese col suo progetto dedicato a Robert Schumann, «Love Fugue». Esiste un'affinità fra il lirismo che Schumann riversava nei suoi Lieder - il ciclo della Dichterliebe in questo caso - e il modo in cui noi concepiamo la canzone? Dato il protagonista, si tratta quasi di una domanda retorica. Sul palco con Uri Caine, Mark Ledford, Sulamith Caine, Julie Patton, David Gilmore. Inizio alle 21.

onda su onda

CHE BRUTTA PUBBLICITÀ ALLA RADIO! GAVINO SANNA, CI AIUTI A CAPIRE PERCHÉ

Alberto Gedda

Ci sono le pere che cantano, il marziano con l'acidità di stomaco, il ragioniere che salva il suicida... no, non è la sceneggiatura di un film splatter degli anni Ottanta ma è la tragica realtà quotidiana della pubblicità radiofonica. Che è davvero brutta. Talmente brutta che, a tratti, diverte. Se le emittenti nazionali sembrano essere caratterizzate dai venditori di auto, nelle locali emergono i commercianti di mobili, soprattutto di cucine. Italiani, brava gente, che cambiano auto ogni mese e rinnovano la cucina ogni settimana, a sentire gli spot in onda che si rincorrono in bla bla e musicine. Ma perché la pubblicità radiofonica è così brutta? Lo chiediamo a Gavino Sanna, docente, pluripremiato guru internazionale del settore dal quale si è platealmente ritirato e quindi può offrire uno sguardo «neutrale», non coinvolto. «La pubblicità radiofonica è brutta, molto brutta,

perché si è adeguata al totale. Che è indubbiamente brutto. C'è un'incapacità assoluta a portare avanti idee, convinzioni, sperimentazioni e ci si adagia sul consueto, lo scontato, la ripetizione». Crisi di creatività? «Non solo, molto di più. Siamo all'anno zero in questo settore: poiché c'è poco o nulla da copiare, rubare, si ripetono all'infinito vecchi modelli con barzellette e canzoncine senza intervenire sull'ideazione, sulla scrittura, sulla recitazione, sul suono. Eppure gli esempi non mancherebbero: negli Stati Uniti, ad esempio, ci sono dei gioiellini di pubblicità radiofonica ai quali ci si può rifare per adattarli alle nostre esigenze. Certo, anche negli Usa non tutta la pubblicità radiofonica è magnifica: occorre saper ascoltare, scegliere, capire e quindi ispirarsi. Ma, come dicevo, il problema è davvero più ampio». Crisi dei media? «Eccome! Ha presente la televisione con le

solite facce, i soliti programmi terribili della domenica, le solite tiriterie? È l'esempio della negazione della creatività ma anche del buongusto, dell'educazione. Ci sono certi conduttori che prenderebbero volentieri a calci nel sedere per la loro insipienza e volgarità, persino ostentata. Eppure si parla di televisione intelligente: ma cosa significa, dov'è, che modelli ha, chi la fa davvero? E allora? «Sarebbe un discorso lungo che forse in pochi hanno voglia di sentire. Tuttavia io credo molto nelle potenzialità della televisione e della radio tematica: un canale dedicato alla pesca, uno al jazz e via così. Ognuno potrà scegliere e si spera che la specializzazione porterà attenzione e tensione creativa nella realizzazione». Torniamo alla pubblicità in radio oggi: tutta colpa dei creativi? «Molta, sicuramente, ma dev'essere divisa con i responsabili delle radio e con gli stessi committenti delle campagne.

Un proverbio dice che occorre essere in due persone per ballare il tango: occorre quindi che il cliente capisca l'importanza della ricerca, dell'innovazione se non siamo sempre lì a battere e ribattere sullo scontato». E, tanto per dare una misura dello scontato, ecco l'arrivo dei Savoia in Italia con il principio già sul set di uno spot a pubblicizzare olive e sottaceti. Dalla principessa pisello al principe cappero, insomma... C'è una ricetta, Sanna, per la pubblicità radiofonica? «Intanto capire lo specifico del mezzo. Ma, soprattutto, è necessario come sempre talento, talento e buon senso. Saper trovare idee, scrivere bene, recitare bene, condire il tutto molto bene. È altissima cucina nella quale anche le tripe possono essere una prelibatezza. Perché siamo, fortunatamente, diversi. Viva il no global e abbasso la standardizzazione!».

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

in scena
teatro | cinema | tv | musica

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

TELEVISIONE

Metti un vichingo davanti a Porta a Porta

Fulvio Abbate

Provate a immaginare un telespettatore, metti, finlandese - professore o rappresentante, fa lo stesso - capitato nel nostro paese per un congresso, cercate di pensarlo la sera prima dell'inizio dei lavori nella sua stanza d'albergo ai margini di una tangenziale. Il nostro soggetto, giusto per abitudine, in attesa del sonno, darà uno sguardo alla televisione, visto che a essere curiosi dei media di stato altrui si impara sempre qualcosa. Avrà la rivelazione di Bruno Vespa.

L'uomo mastica un po' d'italiano (da manuale d'istruzioni) quanto al conduttore di *Porta a Porta* non ne supponeva l'esistenza. Noi adesso, mettendoci nei panni dello scandinavo, proveremo a compilare un'approssimativa fenomenologia vespiana o, se preferite, intorno alla sua trasmissione-sinonimo, degna ormai di figurare nell'immaginario collettivo accanto alla Gazzetta Ufficiale o, ricorrendo a un concetto filatelico, alla «serie delle fontane d'Italia».

Per cominciare, nota l'uomo, data la sigla di *Via col vento* e soprattutto lo studio in penombra, potrebbe trattarsi di una rubrica di occultismo. No, l'occultismo non c'entra. O quasi. In quell'esatto momento, infatti, il conduttore lancia «l'orazione» (la chiama così) della collega Fallaci. Una voce d'attrice, in dissolvenza incrociata sulla foto di Oriana, recita: «Fiorentini, non c'è proprio nessuno che abbia un po' di coraggio?» Sarò per caso capitato qui, nel paese di Michelangelo, il giorno del giudizio universale? Così pensa, inquieto, lo straniero. Quanto a Vespa, ottimizzatore dell'imminente catastrofe, gli appare compiaciuto, le mani ora giunte in atteggiamento seminariale, se non «giovanneo» (nel senso di Papa Roncalli), ora in posa mediatobonda, il pugno sotto il mento in un tipico gesto televisivo («gomito del pensatore», direbbe il semiologo) oppure con la mano aperta sul petto, una postura, quest'ultima, in bilico tra fratellanza massonica e orgoglio bonapartista. In studio, c'è anche il regista Zeffirelli, e poi un certo Bertinotti. Zeffirelli? L'ha sentito nominare a proposito di un film su Francesco d'Assisi, il santo made in Italy.

Il silenzio di Vespa - constatata ancora l'uomo - sembra perfetto in previsione di un giudizio universale. Se davvero le cose stanno così, l'espressione stampata sul suo volto dall'inizio della messa in

«Via col vento» di sottofondo, studio in penombra...: che sia una rubrica di occultismo? Infatti, c'è un signore con le mani giunte...

onda parrebbe la stessa cui alcuni abitanti dell'Europa meridionale fanno ricorso nei giorni che precedono il lutto, anzi, potrebbe appartenere al parente stretto cui nessuno, lì in famiglia, desidera prendere sul serio le profezie: il cognato che non sorride mai, visto che «alla lunga finisce che porta scalogna anche a chi non c'entra nulla». Oppure: «Sì, che porta male uno che, perfino quando la situazione è sotto controllo medico, presenta in famiglia una faccia cupissima da puntura lombare suppurata, te lo dico io che quello porta scalogna, te lo dico io che i cognati non sono parenti...». Eureka! - pensa lo scandinavo - la trasmissione è una prece. E ancora:

terribile, avere un amministratore di condominio così, uno cui basta la rottura di un tubo per listare a tutto la portineria, e se poi l'impianto, malauguratamente, si rompe sul serio che fa il dottor Vespa, convoca l'assemblea e il contegno dei millesimi nell'astanteria dell'obitorio? Ci sono: nell'understatement di

Vespa arde, silente, un tetro sadismo, altro che semplice cognato paranoico, quel signore gode a fare così. Da vero professionista, ha deciso di far precipitare un intero paese nell'angoscia e nell'allarmismo. Tu come lo definiresti l'individuo che utilizza a scapito degli altri un simile, diabolico, talento? Lasciamo per-

ciò, fa in tempo a cazzarlo, segno che quando c'è da mettere in riga le reclute lui non se lo fa dire due volte. E uomo di polso, te l'ho detto che è un professionista. D'altronde, se porti le persone in televisione devi anche brandire il nerbo o tirare fuori i modi decisi del gestore di videogiochi, quello che non vuole bor-

dello davanti alla propria serranda.

Ma c'è anche il caso in cui, come in una doppia penetrazione, Vespa sta zitto, e gode. Succede quando il capellone attacca un ex ministro del centrosinistra, un certo Bianco, sul comportamento tenuto dalle forze dell'ordine a Napoli anni addietro. Due piccioni con una fava, insomma. Ci sono: troppo comodo, ritenerlo un molosso falso magro a guardia del governo attualmente in carica, come un tempo forse della vecchia Dc di Andreotti, e se fosse invece soltanto un semplice dominatore dispettoso? Esistono, eccome se esistono, basta sfogliare un giornale sado-maso per trovarli. Oppure la vecchia barzelletta sul sadico e il masochista raccontata da Walter Chiari: «Fammi tanto male!». E l'altro: «No!».

L'indomani, nonostante la notte quasi fonda, gli riappare. «Però, lavorano molto i giornalisti italiani!» deve rilevare lo scandinavo. Adesso, li a *Porta a*

Porta, c'è un ministro dell'economia, certo Tremonti, così Vespa ubriaca gli spettatori con una videografica operata di cifre e di aliquote. «Ci sarà la ripresa?» Il volto contrito del conduttore consegna così solennità all'intera puntata. «Facciamo che per una volta le tabelle le portiamo noi?» dice Bersani, uno dell'opposizione. E Vespa, benevolo: «Ma certo». La finanziaria non è tema per il quale si possano mettere lì in studio alcune presenze «di alleggerimento», magari la prossima volta, peccato che il nostro uomo a quel punto sarà già tornato a Tampere. Peccato, perché Vespa quando può vantare Valeria Marini o, che so, Luisa Corna, passeggia soddisfatto lungo lo studio come Gatto Silvestro o magari un semplice satiro. Il terzo e ultimo giorno, lo scoprirà estatico, a parlare di Madre Teresa di Calcutta in compagnia di Giulio Andreotti e di Gina Lollobrigida. Proprio come un vero uomo-rotocalco o piuttosto uno dei compagni di Baal.

Il mattino della partenza, mentre i congressisti sciamano verso la hall, un collega italiano chiederà così: «Perdona Oleg, non per conoscere i fatti tuoi, ma perché in tutte queste sere te ne sei tornato in camera sempre molto presto?» Solo allora lo scandinavo confesserà d'aver scoperto Bruno Vespa: «Si chiama così, no?» Il collega intrigherà, e forse anche un po' cinico, a quel punto non potrà fare a meno di aggiungere: «Se può esservi utile nel vostro paese, Oleg, non fate complimenti, mi raccomandando!».

E se fosse solo un dominatore dispettoso? Esistono, basta sfogliare un manuale sado-maso. È lì che gode a far soffrire, si vede bene...

Provate a immaginare che un signore qualunque venuto dal grande Nord accenda per curiosità la televisione proprio mentre è in corso il programma di Bruno Vespa. Che ricordi d'Italia porterebbe a casa? Seguiteci, tanto è tutta fiction

Fanno sapere che Radiotre è in crescita: magari è vero, magari no. Certo non lo si appura con Audiradio, ma c'è un sistema che funziona...

Lo dice anche An: Radiorai, prova Audiocontrol

Franco Fabbri

Gli ascolti di Radio Tre sono in crescita, comunica l'Audiradio. È una buona notizia per il direttore Sergio Valzania. La Radio Tre di Roberta Carlotta era sempre in crescita, negli ultimi anni, mentre la Radio Due di Valzania perdeva colpi. Se la crescita di Radio Tre non si è arrestata, fra il 14 settembre e il primo novembre, il nuovo direttore può allontanare da sé l'aura non proprio felice di mortificatore degli ascolti. Eppure, forse qualcosa lo rode ugualmente. Un anno fa, quando ancora Roberta Carlotta era al suo posto, su questo stesso giornale usciva un articolo a proposito del Radiocontrol, un sistema inventato dallo stesso Matthias Steinmann che ha fatto fortuna con il Telecontrol, l'apparecchio impiegato per misurare gli ascolti televisivi. Alla base del sistema - che ha rivoluzionato i dati dell'ascolto radiofonico in Svizzera e negli altri paesi dove è stato adottato - c'è una specie di orologio che gli ascoltato-

ri-campione tengono al polso, e che registra l'effettiva esposizione al suono della radio. Nell'articolo si spiegava che l'adozione del Radiocontrol aveva messo in evidenza come i sistemi basati sulle interviste retrospettive, come l'Audiradio, più che l'ascolto rilevano la notorietà di una radio («Buongiorno, signore. Ha ascoltato la radio la scorsa settimana? E ieri? Ha ascoltato la radio dalle 6 alle 9? Quale? Radio Uno? Radio Due? Radio Tre? Gammarradio? Radio Bergamo?»). Con l'orologio di Steinmann si era capito che molte emittenti dichiarate come ascoltativissime se ne stavano a parlare alla cucina vuota, mentre l'ascoltatore/ascoltatrice rifaceva il letto; Rete Due, l'omologa svizzera di Radio Tre, dal nuovo sistema aveva ottenuto la triplicazione dello share, perché gli ascoltatori di una radio di cultura sono più attenti e fedeli, e per seguire il filo di un discorso alla radio ci stanno attaccati più che possono.

L'effetto più curioso di quel mio articolo fu che un parlamentare di AN - credo l'onorevole La Russa - ne fece l'argomento di un'interpellanza, instillando il sospetto che la Rai

«rossa» di Zaccaria e della Carlotta avesse qualche interesse a mantenere un sistema di rilevazione obsoleto e che non diceva la verità sugli ascolti. Devo dire che né Roberta Carlotta né alcun altro dirigente mi telefonarono per lamentare che l'articolo di un collaboratore di Radio Tre fosse stato causa di imbarazzo. Ma erano altri tempi, e altro stile. Dunque ora che la radio è in altre mani, così attente alle fascinazioni della tecnologia, sarebbe tempo che si provvedesse a misurare gli ascolti con un sistema più moderno, basato su microregistratori digitali e sofisticatissimi computer. Con un nome così piacevolmente orwelliano: Radiocontrol. Un sistema che verifica se una radio viene ascoltata davvero, e non se è conosciuta. A meno che i nuovi dirigenti non abbiano cambiato idea. Perché sì, di Radio Tre si è parlato moltissimo in questi ultimi due mesi, è forse la radio di cui si è parlato di più. Ma come, e perché? Non proprio per lamentare che il filo del discorso viene sempre più tagliuzzato, e non c'è più granché da seguire? Ah, forse le buone vecchie interviste dell'Audiradio sono meglio.