

**BARYSHNIKOV DICE NO A DIREZIONE BIENNALE DANZA**  
Mikhail Baryshnikov non dirigerà il settore Danza della Biennale di Venezia nel 2004. Lo rende noto la stessa Biennale, in un breve comunicato. «Dopo aver verificato la totalità delle risorse disponibili e compatibili con le previsioni di spesa per realizzare il progetto proposto da Mikhail Baryshnikov - è detto nella nota - non è stato possibile raggiungere un'intesa soddisfacente». «Mikhail Baryshnikov - conclude il comunicato - ha informato la Biennale che declina cortesemente l'invito a dirigere il Settore Danza della Biennale di Venezia per il 2004».

onda su onda

## UN KILLER SI AGGIRA PER RADIO MONTECARLO: INCREDIBILE, MA È IL RISCATTO DELL'ETERE

Alberto Gedda

C'è un killer che si aggira in radio, che ha scelto Radio Monte Carlo per annunciare i suoi delitti attraverso il meccanismo delle dediche in diretta: ci fermiamo qui, non diciamo nulla di più se non il titolo di questo giallo (lo uccido, Baldini & Castoldi) scritto da un inaspettato Giorgio Faletti e divenuto «caso letterario» con tre edizioni bruciate nel giro di un mese. Uscendo dalle pagine, quasi settecento, del romanzo entriamo nella sede monegasca di RMC per incontrare Alberto Hazan, presidente dell'emittente del Principauté e di 105 - Fm Classic. È un po' il sogno di tutti i radiofonici ricevere una telefonata così... «Sarebbe lo scoop del secolo, innegabilmente. Ma non le nascondo che ero un po' preoccupato quando ho saputo dell'ambientazione del giallo: Faletti descrive esattamente la nostra sede, gli uffici e gli studi che conosce perché è stato

più volte ospite. Quando ho iniziato a leggere il libro, però, l'ho trovata un'idea molto interessante, di certo inaspettata». La radio che entra in un altro linguaggio, com'era stato ad esempio per «Lupo Solitario» nel film American Graffiti. Un riscatto per la Cenerentola dei media? «Ma la radio non ha bisogno di riscatti perché non è Cenerentola. In Italia è volutamente considerata tale da chi ha interesse a spostare gli investimenti pubblicitari su televisione e stampa, lasciando le briciole alla radio. Senza rifarci agli Usa, dove alle radio è destinata una parte rilevante delle campagne pubblicitarie, basta rifarci alla Francia dove si fatturano 2.500 miliardi di pubblicità mentre da noi si arriva a malapena a un quarto. Eppure la radio la sentono tutti, è una colonna sonora presente ovunque che supera di gran lunga il dato dei 35 milioni di ascoltatori che indica-

no le indagini nel nostro Paese. Forse soltanto i neonati non ne seguono i programmi». Il pubblico della radio è, ovviamente, quello della televisione però sembra più intelligente. «Diciamo che appare più attento e meno infedele della tivù. C'è una radio di riferimento, che si predilige, ma questo non vieta di scegliere programmi diversi in momenti diversi della giornata a seconda dei propri interessi del momento. Da tempo si discute sulla radio di flusso oppure di programma ma è un discorso sterile perché ognuno di noi può essere portato per l'una o per l'altra salvo poi cambiare per mille motivi. Non c'è una formula unica per fare la radio». Se non quella di farla bene. «Vero, ma sempre più difficile. E non soltanto perché la concorrenza è sempre più agguerrita, e quindi si gioca sulle sfumature, ma perché c'è carenza di idee e di nuovi talenti se ne

vedono davvero pochi». L'aspirazione, di chi fa questo mestiere, è di poter un giorno fare una radio su misura, di nicchia, per pochi e selezionati... «Grande sogno che penso sia un po' di tutti i radiofonici: programmi selezionatissimi, di alta qualità, per interessi ben identificabili e circoscritti. Bello, ma impraticabile perché l'ascolto sarebbe numericamente talmente esiguo da non garantire la sopravvivenza dell'emittente». Quindi? «Torniamo a quanto si diceva: la radio dev'essere rispettata da tutti ad iniziare da chi ci lavora. Occorre farla bene. Non ci sono ricette se non l'amore per questo straordinario mezzo di comunicazione che da più di un secolo ci fa compagnia». E intanto, a proposito di buona compagnia, su Rmc dal lunedì al giovedì ritorna Nick The Nightly, dalle ore 22, per Montecarlo Nights: programma di nicchia per ascoltatori intelligenti.

**Firenze città aperta**  
i giorni del Social Forum

dal 19 dicembre  
con l'Unità  
a € 4,50 in più

# in scena

teatro | cinema | tv | musica

**Firenze città aperta**  
i giorni del Social Forum

dal 19 dicembre  
con l'Unità  
a € 4,50 in più

Silvia Garambois

ANTEPRIME

ROMA È il tg che ha tolto la sordina sia all'attacco di Bossi contro il Presidente della Repubblica sia alle polemiche nella maggioranza, che dà un quadro sconcertante sull'economia italiana, che parla dell'Europa come di fatti di casa nostra: ma insomma, direttore Antonio Di Bella, alla Rai è tornata TeleKabul?

TeleKabul è finita. Anagraficamente i suoi ragazzi sono cresciuti, hanno i capelli grigi, hanno famiglia e bambini, sono maturati. Al Tg3 oggi c'è un'ottima redazione di professionisti, lontanissima dall'immagine dei giovani barbuti stravaccati sulle scrivanie e intenti a confezionare pezzi faziosi. Certo è un tg che ha una attenzione critica sulla realtà, e questo può dispiacere a qualcuno, ma è tutto fuorché una redazione militante.

**Il Tg3, in ogni caso, si occupa molto di politica, in un panorama informativo dove prevale la cronaca e «il video sanguinolento».**

Io parlo del mio telegiornale, non degli altri. E il Tg3 - anche se non è più da tempo TeleKabul - non rinnega le sue radici, ma cerca di migliorarsi. La politica è uno dei suoi punti di eccellenza, così come l'attenzione all'economia e al panorama internazionale. Non sono, evidentemente, argomenti di facile richiamo, ma sono gli elementi che danno una forte impronta di servizio pubblico: non c'è caccia all'audience in queste scelte.

**Eppure gli ascolti vanno piuttosto bene, al contrario di quello che succede agli altri tg Rai il grafico del Tg3 continua a procedere verso l'alto.**

Ho i dati dal primo al 10 dicembre, che sono molto confortanti: in questi giorni nel 2000 avevamo una media di 2 milioni e 600mila spettatori, che sono cresciuti a 2 milioni e 900mila nel 2001 e quest'anno a 3 milioni e 200mila, mentre lo share è passato dal 13,96 al 15,51 e infine al 16,63 per cento.

**Non erano giorni particolarmente significativi: piuttosto gli ascolti durante la discussione sulla legge Cirami o per la sentenza Andreotti, hanno avuto oscillazioni?**

In quei giorni crescono. Quando ci sono fatti importanti crescono. Basta vedere il dato complessivo dell'anno: in tre anni siamo passati dal 15,66 per cento del pubblico al 18,01. Non vorrei mettermi le penne del pavone, è la redazione nel complesso che è migliorata.

**Oppure è «migliorato» il pubblico?**  
Certo i numeri contraddicono chi considera il pubblico «scemo»: tanta gente non vuole solo quiz o donne seminude. E non vuole neanche cronaca sanguinosa...

**Già, la cronaca: nel 2000 il rapporto del Censis segnalava come i tg italiani, quelli della Rai compresi, dessero un'enfasi eccessiva ai fatti di cronaca, di fronte a dati - al contrario - più contenuti sulla delinquenza nel nostro Paese, e creando delle psicosi nel pubblico. Il Tg3 come se la cava?**  
Non esistono ricette per confezionare il tg. Tutti i giorni in riunione di redazione si discute, c'è chi di fronte a un fatto di cronaca sostiene che «se ne parlano tutti non possiamo ignorarlo», e quelli che al contrario dicono «dobbiamo distinguerci». Sull'assassinio del bambino di Cogne, per esempio, siamo stati quelli che hanno dato meno spazio. Abbiamo deciso anche di non seguirne i funerali, seguendo l'appello di Biagi. Ma far sparire la cronaca non sarebbe giusto, e senz'altro

## Tg3, cronache dalla trincea



Antonio Di Bella, direttore del Tg3, è stato a lungo corrispondente dagli Stati Uniti

*Il suo telegiornale dice cose che gli altri «dimenticano». Caro Di Bella, come ci si sente a dare notizie oggi in Italia? Risposta: la gente non è scema e noi cerchiamo di non autocensurarci*

non è giusto cambiare chiave nel fare un tg quando cambia un governo: si può dare l'impressione che con un determinato assetto politico la situazione sia di grande tensione e poi - come per meriti governativi - improvvisamente non lo sia più. Comunque sono contrario ad indulgere sul macabro a caccia di ascolti.

**Ha accennato alle riunioni di redazione e alle discussioni anche vivaci che si fanno: merce ormai rara nei giornali. Davvero è così?**

Sì. Io ho un vanto: non sono stato paracadutato in questo giornale, ma lo conosco bene, ci ho lavorato a lungo, mi sento un «primus inter pares». I colleghi spesso sono amici, con cui ho consuetudine da vent'anni. Io sono sempre stato alla Rai, prima a

Milano, poi a New York, poi al Tg3.

**Un direttore quasi per caso: quando Nino Rizzo Nervo - che guidava il Tg3 - ha lasciato la Rai per La7, per «non decidere» l'azienda ha puntato su un inedito tandem, Di Bella e Mario Me-**

### concorrenza

«Un'autocandidatura «interessante e intrigante». Pippo Baudo definisce così l'ipotesi di affidare la conduzione del Dopofestival a Maria De Filippi. Proprio ieri la conduttrice di C'è posta per te aveva espresso il suo interessamento per il programma di commenti alla kermesse della canzone italiana. «La chiamerò oggi stesso - dice Baudo - il festival, infatti, deve essere come il Vaticano: un terreno extraterritoriale. E se la De Filippi, che è un faro Mediaset, se la sentisse, sarebbe una candidatura da tenere presente».

ADNKRONOS, 13 dicembre, ore 15.05  
Si concretizza sempre più l'ipotesi Maria De Filippi alla guida del Dopofestival: dopo l'attestato di stima rivolto a distanza, Pippo Baudo ha chiamato la conduttrice, che si dice «onorata dalle parole del re del Festival di Sanremo. Se dovesse diventare una proposta ufficiale, sarei ben contenta di accettare». «Ha ragione Pippo: Sanremo è il Vaticano», sottolinea De Filippi, ricordando anche «i precedenti Mediaset al festival, da Ambra a Lorella Cuccarini a Alesia Marcuzzi. L'unico problema potrebbe essere la contemporaneità fra il Dopofestival e il Costanzo show: ma sono convinta che Maurizio sarebbe contento per me».

ANSA, 13 dicembre, ore 16.24

### rubriche sul 3

## Dall'integrazione ai problemi del lavoro...

ROMA Immigrati e busta paga, donne e lavoro, ragazzi e finestre sul mondo: una costellazione di rubriche accompagna il Tg3, indirizzate a pubblici cosiddetti «di nicchia». Oltre all'approfondimento quasi quotidiano sull'attualità, con Primo Piano (dal lunedì al venerdì intorno alle 23), a cura di Onofrio Dispenza e condotto da Maurizio Mannoni (ma sui grandi fatti internazionali torna in video anche Di Bella, a lungo corrispondente da New York), il Tg3 ha scelto di dedicare spazi a temi meno consueti. Gt ragazzi, curato da Paola Sensini (dal

lunedì al venerdì alle 15) è un vero telegiornale indirizzato però a un pubblico di giovani e giovanissimi, spesso ospiti, spesso chiamati a fare gli "opinionisti" sui temi caldi della settimana. Puntodonna (il martedì alle 12,25), curato da Ilda Bartoloni, parla dei diritti delle donne spesso usurpati, delle affermazioni femminili nel mondo del lavoro, offre la possibilità di leggere l'attualità con la sensibilità femminile in un mondo dei media diretto quasi esclusivamente dagli uomini. Agenda del mondo (il sabato intorno a mezzanotte e mezza), curato da Fabio Cortese, è l'appuntamento settimanale che fa il punto sulle attività delle organizzazioni internazionali, mentre Sabato notte (verso mezzanotte), a cura di Gianni de Chiara, è l'approfondimento sul mondo della cultura, dell'arte, dei libri. Ci sono anche altre rubriche meno tradizionali, come Shukran (mercoledì ore 12,25), a cura di Luciana Anzalone, che raccoglie l'eredità di *Nonsolomero* del Tg2: Shukran significa "grazie" in ara-

bo, ed è il settimanale dedicato alla costruzione dell'Italia multi-etnica. Cifre in chiaro, invece (il venerdì alle 12,25), a cura di Luca Mazzà, è una striscia settimanale di approfondimento economico, che segue per tutto l'anno una famiglia-tipo e verifica gli effetti concreti della macroeconomia sulla vita di tutti i giorni. Infine, Articolo1 (il lunedì e il giovedì alle 12,25), a cura di Franco Poggiani, uno spazio ormai tradizionale dedicato ai temi dell'occupazione: una trasmissione di servizio che raccoglie anche le offerte di lavoro tra le imprese e le associazioni di categoria, con particolare attenzione al Mezzogiorno, alle nuove forme di impresa e al rapporto tra formazione e lavoro. C'è anche un nuovo appuntamento del Tg3, questa volta su Internet, che permette il colloquio diretto tra il pubblico e la redazione: è il sito [www.tg3.rai.it](http://www.tg3.rai.it), inaugurato da pochi giorni ma dove si è subito accesa la discussione sull'Italia di oggi.

s.gar.

TeleKabul non c'è più: ma è un fatto che i corrispondenti esteri quando vogliono informarsi su quel che accade in Italia guardano il Tg3

Parliamo di diritti, di immigrazione, dell'economia delle famiglie: non inseguiamo l'audience, ma gli ascolti ci premiano

Io sono stato tanti anni all'estero, e so come si vive fuori: la cosa che mi fa più piacere è quando i corrispondenti dall'estero mi dicono che per informarsi su cosa avviene in Italia guardano il Tg3.