

ARRIVA MICHAEL CIMINO A BOLOGNA UNA RETROSPETTIVA
Michael Cimino sarà in Italia dal 17 al 20 febbraio per iniziativa della Cineteca del Comune di Bologna e del Museo Nazionale del Cinema di Torino che hanno organizzato una retrospettiva. Il regista inaugurerà gli incontri a Bologna, dove lunedì, alle 11.30, nella Cappella Farnese di Palazzo d'Accursio terrà l'unica conferenza stampa prevista durante il soggiorno italiano e alle 22.50, incontrerà il pubblico al Cinema Arlecchino (ingresso a inviti) al termine della proiezione della versione originale di *I cancelli del cielo*. La retrospettiva comincia oggi al Lumiere con *Verso il sole* e si concluderà il 28 febbraio con *Il Siciliano* che sarà presentato anch'esso in versione originale integrale.

maestri

pol spot

UN EVENTO EPOCALE: LA CASALINGA DI VOGHERA È SCOMPARSA DALLA PUBBLICITÀ

Roberto Gorla

Le donne cambiano, si evolvono, si affermano: nella vita sociale come in quella lavorativa ma, prima ancora, in quella domestica dove la Signorinaria, tanto cara all'anima del commercio, sembra sul punto di entrare a far parte delle specie care al Wwf. Anche la pubblicità, seppur con il consueto ritardo, dovuto a quei meccanismi di spalmatura sul presente che le impediscono di guardare al di là del proprio naso, se n'è accorta. Fateci caso, stiamo assistendo ad un evento epocale: le assatanate di pavimenti lustrati e bucati a prova di finestra, con quell'aria serena che dà il vanto, vanno sbiadendo dalle patinate pubblicitarie, annichilendosi fin quasi a scomparire sotto l'incalzare dei nuovi modelli socioculturali. Eppure non sono trascorsi nemmeno due anni da quando la figura della

mitica casalinga di Voghera aveva aleggiato sull'ultimo congresso della pubblicità. Ma oggi è un giorno nuovo per la donna. Persino nell'immaginario della dea della persuasione. Può essere messa in scena senza figli e marito, anche in età matura, senza che appaia vocata allo zitellaggio. E ancorché priva di fede al dito, può permettersi di accompagnare un uomo e di abbracciarlo, senza correre il rischio di essere annessa al novero delle regine dei marciapiedi. Sempre più rare sono le sue apparizioni tra pentole e fornelli ed ancor meno la si vede in veste di regina della casa. Al suo posto, in nome della raggiunta parità dei sessi, ecco un compagno impacciato e maldestro che se non fosse per il provvido ausilio del prodotto, soccomberebbe alle faccende domestiche. La donna della pubblicità non

ama le mura domestiche, se non per fugaci incursioni. E se pur continua ad essere madre e moglie amorosa lo è, dichiaratamente, a tempo parziale. Per il resto eccola, immersa nella società, dominatrice di situazioni e di mestieri un tempo esclusivo appannaggio del maschio. E che nemmeno un ciclo che, a contare le volte che inscena gli spot, più che mensile appare quotidiano, riesce a mettere in difficoltà. Autodeterminata al punto da allattare il neonato in pieno consiglio di amministrazione, audace da prefigurarsi in un mondo tutto al femminile intorno ad un tavolo da biliardo. L'uomo è sempre meno protagonista, sempre più di quinta, sempre più accessorio alla meccanica di una messa in scena che tende a relegarlo nell'ombra, anche quando è l'oggetto stesso della persuasione all'acqui-

sto. Ed è straordinario, se si pensa che, per la stragrande maggioranza, i congegni della pubblicità sono mossi da uomini. Ineludibile presa di coscienza di un dato di fatto o potere condizionante dell'eterno femminile? Se con Aragon è vero che «il futuro dell'uomo è la donna», e questi tempi in mano a questi uomini fanno sperare che ciò avvenga al più presto, nell'universo virtuale della pubblicità, questo futuro si è già realizzato. Per una volta, la pubblicità ha percorso i tempi. Così che la campagna per il rilancio di Marie Claire, che in questi giorni, compare recitando: «Perché usare la testa quando basta il cuore? Sono una donna, Marie Claire, donna senza precedenti», appare come il riproporsi di un vieto luogo comune maschilista emerso dal ritardo. Cerebrale. (robertogorla@libero.it)

Vuoi sapere come hanno ucciso Radiotre?

Ecco il racconto dell'ex direttrice, Roberta Carlotto. Il 20 a Pisa una serata di resistenza

Silvia Garambois

ROMA «La radio è come la vita, diretta, rapida, dal vivo. Noi eravamo un gruppo, c'erano anche giovani musicisti, giovani scrittori, tutti insieme, tutti i giorni. Di quello si sente la mancanza. Hanno cancellato un progetto di cultura aperta, non accademica, con un palinsesto libero. Ora alla Rai sono tornate le gerarchie e la burocrazia: tutti al loro posto. La radio è ingessata, la programmazione musicale è diventata uno sbarramento a tenaglia, che racchiude i programmi, che la rende rigida. Il conduttore che intratteneva con materiali musicali, musiche che aveva scelto lui, è stato sostituito dal computer, che determina generi e minutaggi, con una selezione a freddo che snatura la radio». Roberta Carlotto è l'ex direttrice di Radio3 che ha portato la Cenerentola Rai ad ascolti fuori programma (oltre due milioni e centomila fedelissimi). Poi, la Rai di Baldassarre ha smantellato quel progetto. «Una radio smantellata a metà: qualche programma, qualche conduttore, sono rimasti, ma è come se galleggiassero nella programmazione, che è stata riempita di interventi musicali pre-registrati». Eppure, di tanto in tanto, «quella» Radio3 torna a farsi sentire: a teatro. Sono gli «Amici di Radio3», amici di una radio Rai che non esiste più, a organizzare le serate; si sono conosciuti su Internet, firmando petizioni per salvare quell'esperienza, ma hanno poi continuato a tenersi in contatto, si sono incontrati: a Correggio, in una serata di «radio a teatro» erano in quattrocento. E la sera di giovedì 20 febbraio si replica, a Pisa, nel nuovo spazio della Stazione Leopolda: «Voci e suoni per una radio possibile». Per una sera ci saranno di nuovo «quelli di Radio3».

Nostalgia?

No, non è nostalgia. Mi dispiace ascoltare un'altra radio. Ma l'ascolto ugualmente, anche se non ho l'ostinazione di prima.

Nelle giornate pisane - oltre alla serata radio-teatrale - ci sarà occasione per ragionare di modelli culturali, per portare testimonianze. Quale modello di radio si può proporre oggi?

«Hanno cancellato un progetto di cultura aperta, non accademica. La burocrazia ne ha fatto una radio ingessata»

C'è l'idea che la radio debba essere costruita, elaborata, come un testo scritto: non è così. Noi abbiamo fatto una radio molto aperta, per un pubblico che chiedeva una radio culturale. Uno dei disastri che sono stati fatti adesso è stato quello di unificare le direzioni: un direttore non ha due teste, ma una sola. Non può dare alle diverse reti lo stesso impegno di un direttore che gestisce una sola radio, e per quella ce la mette tutta. Va a finire che Radio3 torna ad essere la sorella povera, anche perché è una radio che si sente male, ha delle frequenze spesso difficili da selezionare.

Era comunque una radio con una «missione» culturale: ci sono altre esperienze, altri modelli, da salvare?

Radio2 con *Caterpillar* o con *Il rugito del coniglio* ha spazi di forte intrattenimento, ironico, che sono una chiave importante. Ma quella che manca è una radio di parola: basta vedere il successo della radio del Sole24ore, Radio24, che è nata da poco, abbastanza povera, e con ampi spazi dedicati all'

economia, ai mercati e alle borse. Eppure ha una chance molto grossa proprio nel poter miscelare parola e musica.

Quella che non c'è più è anche una radio «all news», dedicata tutta all'informazione, sull'esperienza di Italia Radio, cioè di un'altra emittente cancellata dal panorama radiofonico. Non ci sono più spazi per queste esperienze?

Italia Radio era senz'altro una strada, e oggi si potrebbe fare anche meglio. Ma non ci sono più strumenti.

Ci sono esperienze di Radio3, cancellate dalla nuova programmazione, che oggi avrebbero potenzialità di mercato, anche fuori dalla Rai?

Avevamo una trasmissione sulle scienze, *Le oche di Lorenz*, che è senz'altro un prodotto che continua ad avere una validità. Non so se io mi sono fatta un'ottica «industriale», ma per fare una radio oggi è necessario capire quali spazi andare a coprire. Di radio giovanili, per esempio, siamo stracolmi, anche con emittenti di successo come

l'iniziativa

Ranieri: arte e cultura, pubblico è bello

Toni Jop

Pisa, 20-21 febbraio. L'appuntamento è vicino e ha un bello spirito, a dispetto di un titolo un po' cardinalizio, eccolo: «Sostenere, ripensare, progettare lo spazio pubblico dell'arte, della comunicazione e della cultura». È la traccia, sembra, di un'antica serietà che riemerge dalla cultura che ha fatto del vecchio Pci un gran partito, nonostante tutti i suoi difetti, e che sostiene, nei momenti peggiori, anche il più giovane partito dei Ds. E, di sicuro, un modo ben collaudato di chiamare a raccolta forze e intelligenze quando fuori infuria la tempesta e gli ordini fondamentali delle cose del mondo sembrano vacillare.

Che accade? Proviamo a chiederlo ad Andrea Ranieri, nuovo responsabile culturale dei Ds, tra l'altro finito in segreteria nazionale con il voto di tutte le componenti del partito, nonché motore dell'iniziativa.

Accade che questi temi non so-

no più marginali, se mai lo sono stati in altre epoche storiche. E succede che questi temi eccitano l'identità politica, ci costringono a pensare, a cercare coerenze, ad aggiornare analisi e valutazioni. Noi Ds abbiamo da poco costituito un dipartimento che mette assieme sapere, scuola, cultura e università, è un segno...

Prova a fare un passo indietro e senti questa: dov'era finito il mondo delle idee mentre questi temi non sembravano così centrali?

Esisteva una filosofia della storia, ricordi? Il partito era l'intellettuale collettivo che ha prodotto cose bellissime e anche, a volte, mostruose. C'è di buono che oggi non dobbiamo più pensare a cosa deve essere una politica culturale, non dobbiamo pensare a un format, ce ne dovrebbe fare, così come ci piacerebbe facesse la tv. Dobbiamo piuttosto lavorare a contenuti nuovi, favorendo, promuovendo, alimentando la creatività.

Interessante. Un tempo c'erano le Feste dell'Unità: ce ne sono state alcune che sono sta-



L'interno di un'emittente radiofonica

te vere lezioni di creatività. Li si faceva davvero qualche cosa, non si replicava un format. Aleggava una parola, su tutto, che dava un senso a tutto: alternativa. Non era un mostro, era una disposizione dell'anima...

Non esistevano altri mezzi, o quasi, per comunicare ciò che doveva essere condiviso da molti. Oggi non è poco diverso, lo è molto. Oggi non puoi comunicare senza tv, ad esempio. Ma torna all'origine del pensiero: la realtà, questa realtà. Sai cosa mi interessa oggi: sapere come si fa a fare un film in un paese in cui il produttore, il distributore e l'esercente sono una sola persona, il presidente del Consiglio. Mi interessa come si fa a fare buona televisione in un luogo in cui tutte le televisioni fanno capo a una sola persona, il presidente del Consiglio. Mi interessa sapere come e dove e quando, perché ci sono molti dove, come e

quando che non sappiamo, che sfioriamo per intuizione ma non conosciamo...

Certo, bisognerebbe chiederlo a Biagi e a Santoro, per cominciare...

Ovvio che sì, siamo attestati su quel fronte da tempo. Ma c'è molto altro. Ci sono esperienze che vanno portate alla luce, fuori dai ghetti, come quelle di molti centri sociali e di altre realtà che hanno dimostrato di poter creare, incrociare e gestire cultura e comunicazione a volte oltre l'efficacia delle istituzioni...

Il fascino della creatività quasi sempre evita le istituzioni... È un difetto di fabbrica, il peggior. Ecco perché intendiamo lavorare a un progetto di scuola che badi soprattutto a non mortificare la creatività dei bimbi...

Stai anticipando una rivoluzione, se decidi di andare fino in fondo...

Andremo fino in fondo, sì

Radio DeeJay. Quello a cui oggi manca una radio è invece il mondo che legge i giornali, che va al cinema, che segue le mostre, che ha interessi culturali diffusi e che non trova una risposta nella televisione: un mondo, oltretutto, che è sempre più numeroso. C'è molto spazio oggi per una radio, anche di successo.

E la radio di servizio?

Servizio... è una parola strana. Io ho sempre pensato che con lo strumento radiofonico si possono fare indagini sul campo, si può analizzare il cambiamento in qualunque luogo di questo Paese, e non sempre solo a Roma o a Milano, basta andare in giro con un mini-disco: si possono registrare le voci, le persone, dall'inchiesta alla raccolta di materiali, ai racconti. È quello che abbiamo incominciato a fare quando la nostra esperienza era ormai agli sgoccioli, ed è finito tutto lì. Non so neanche se hanno mandato in onda tutto il materiale che avevamo preparato: ma erano comunque cose di attualità, cotte e mangiate. A Pisa, alla Stazione Leopolda, la serata assomigliava a «vecchi» programmi, come *Fahrenheit* (che ora è dimezzato), o *Mattino3* (che non c'è più): conduce Franco Fabbri, intervengono vecchie conoscenze dei fans di Radio3, da Alessandro Lombardi a Attilio Scarpellini, a Sylvie Coyaud, al musicista Riccardo Tesi, il jazzista Danilo Rea, il cantautore Eugenio Finardi e il quartetto Alkman della scuola di musica di Fiesole. E Roberta Carlotto, il direttore, sarà l'ospite d'onore? «Per carità: mi sottraggo. Il nostro era davvero un gruppo, senza strutture rigide, senza gerarchie...».

Ci si vede a Pisa, alla Stazione Leopolda per una lezione di vita con Fabbri, Finardi, Coyaud, Rea, Lombardi...

Per fermare la guerra ti chiediamo una mano, con un Euro dentro.

Stiamo raccogliendo fondi per la grande manifestazione mondiale contro la guerra del 15/02/03. Dai una mano alla pace. Dacci una mano. Sottoscrivi sul C/C: 611640, A/B/I: 06018, C.A.B: 03200 intestato al Comitato Fermiamo la guerra. Cerchiamo volontari per la sottoscrizione durante il corteo. e-mail: asia390@virwind.it



15/02/03, GIORNATA EUROPEA CONTRO LA GUERRA PROMOSSA DAL FORUM SOCIALE EUROPEO, Roma, Piazzale Ostiense, ore 14. Per adesioni: adesioni@fermiamo la guerra.it - Segreteria Organizzativa: Tel. 06 44701008, Fax: 06 44701017, info@fermiamo la guerra.it, www.fermiamo la guerra.it

s.gar.

Braccio di ferro nel cda per il programma «Al posto tuo». Per ora c'è una multa di 26mila euro. Ma la «risoluzione del contratto» rimane sul tavolo

Rai spaccata su D'Eusanio. Vada via. Oppure no

ROMA E adesso non ci toccherà difendere Alda D'Eusanio, che ospite nelle trasmissioni di Antonio Sotgiu e di Bruno Vespa aveva denunciato di sentirsi un «bersaglio mobile», un capro espiatorio, ma comunque una che non si pente? Due righe di agenzia (AdnKronos), ieri sera alle 19 e 19, l'hanno data per spacciata. Due righe di involontaria comicità, che riportiamo: «Il Consiglio d'amministrazione, dopo aver esaminato il caso, ha invitato oggi con voto unanime il direttore generale a procedere nella risoluzione del contratto di Alda D'Eusanio». Segue risposta della D'Eusanio: «Lo apprendo ora, non ne sapevo niente. Per il momento non voglio dire niente perché prima voglio capire bene cos'è successo».

All'unanimità di due (Antonio Baldassarre e Ettore Adalberto Albertoni) al settimo

piano di viale Mazzini hanno tagliato una delle più belle teste di Raidue, la rossa Alda, che ha rinunciato al lavoro di giornalista per *Al posto tuo*, programma pomeridiano dove presenta storie «pettinate» (come dicono gli organizzatori) o «starocate» (come ripete *Striscia la notizia*)? Licenziata? «Non sarebbe proprio così...», dicono alla Rai. Una fuga di notizia, equivocata...

Cosa ha fatto l'Alda nazionale, emblema della tv-trash, già promossa sul campo a una trasmissione serale (annunciata per la primavera)? Nessun problema per i tarocamenti. Nessuno per le risse in diretta e neppure per quella maglietta contestata dal cardinale Tonini («Dalla. Non è un cantante, è un consiglio»). Nessuno per la volgarità che trasuda dal programma, tirando fuori il peggio degli ospiti e

dei telespettatori. La storia che ha risvegliato - con grande e sospetto ritardo - le ire del settimo piano è quella famosa del bambino a cui l'Alda chiese cosa ne pensava del nuovo fidanzato della mamma: o meglio, che con insistenza istigava a accusare la madre. Nel suo stile: avete mai visto la trasmissione? È una di quelle che ci fanno giudicare male all'estero. Una di quelle che piacciono ai pubblicitari, che la infarciscono di spot. Ospite di colleghi che regnano su trasmissioni «austere» l'Alda ci ha raccontato la sua vita, la fatica degli inizi, la soddisfazione dei genitori, la carriera, le scelte: ma soprattutto si è lagnata del fatto che per discutere di tv-spazzatura e - nel contempo - tirar su gli ascoltati, chiamino sempre lei, che - col caratterino che si ritrova - non ha nessun timore a confrontarsi con critici e cardinali. La

trasmissione, comunque, ai padroni della Rai piace. Il presidente Baldassarre sostiene che «il format, che richiama poi anche quello di Maria De Filippi, da anni funziona benissimo negli Usa. Il problema è la conduzione: basta con i compiacimenti sugli aspetti deteriori. Basta con le inutili provocazioni». In difesa della conduttrice si era mosso però proprio il direttore generale Agostino Saccà, che considera la D'Eusanio un «parafulmine» di ben altri guai.

A tarda sera la dichiarazione ufficiale: la D'Eusanio è condannata a 26 mila euro di multa, e il direttore generale è incaricato di prendere in considerazione anche la possibilità di arrivare ad una risoluzione del contratto con la D'Eusanio. Ma l'ultima parola, per i provvedimenti disciplinari, è solo di Saccà.