

televisione**BENE, PINOCCHIO & AGOSTI SU CULT NETWORK**

Cult Network trasmette questa sera in prima visione alle 21 (replica mercoledì 18 giugno alle ore 5.30 e 13.30) un breve film di Silvano Agosti con, al suo interno, il primo film su Carmelo Bene, realizzato dal filmmaker sperimentista Paolo Brunatto, nel 1967 a Roma, durante le prove della prima messa in scena di *Pinocchio*. L'incontro fra Bene e Brunatto, 17 incredibili minuti di video-testimonianza, si intitola *Un'ora prima di Amleto + Pinocchio*. Uno straordinario ed inedito viaggio nella cultura underground della fine degli anni Sessanta.

a teatro**FUOCHI D'ARTIFICIO SUL PALCOSCENICO MA SOLO IN CALABRESE STRETTO, PLEASE**

Aggeo Savioli

Già c'erano state avvisaglie, a teatro, della potenzialità espressiva dei dialetti calabresi. Come dimenticare, a esempio, la versione in bell'eloquio cosentino d'un celebrato titolo di Samuel Beckett. Finale di partita, divenuto 'O juocu sta finiscennu, proposto dai Fratelli Cauteruccio, saliti dal loro paese a Firenze? Ma nuovi autori si affacciano pure alla ribalta. Ecco Francesco Suriano, del quale si è visto, qualche stagione fa, Rocco u sturtu, ritratto di un uomo piagato da dolorose esperienze belliche. Un altro Rocco, giovane e valido, compare in 'A cascata infernali, testo e regia dello stesso Suriano: dove si allude a quel momento magico che conclude un'esibizione di fuochi d'artificio. Rocco è qui, come dire, un apprendista stregone, alla scuola del più

esperto Rosario, che gli insegna i rudimenti del mestiere, ma intanto si lascia andare a ricordi e citazioni, dai quali vediamo ricomporsi, a brandelli, storie di migranti dal Sud al resto d'Italia, e oltre confine. Né mancano episodi lancinanti di una lotta per la sopravvivenza che non ha tregua, nemmeno dalle nostre parti, com'è il caso di quegli che, immerso in acqua, attira sul torace piccoli polpi da imbandire sulla mensa di una trattoria. La fabbrichetta di giochi pirotecnici, in cui Rosario e Rocco sono impegnati, potrebbe essere un buon mezzo, sia pure a loro rischio e pericolo, per evadere dalla prigione del bisogno, senza doversi accodare ai tanti in cerca di lavoro nel Centro-Nord della penisola o all'estero. Non è detto, comunque, che l'impresa

debba riuscire. Certo, la metafora dei «botti» come espressione di un sogno liberatorio richiama irresistibilmente il gran personaggio di Zi' Nicola nella splendida commedia di Eduardo Le voci di dentro. Attenzione probabilmente fortuita, ma che ci dice come i dialetti, o meglio le lingue «altre» rispetto a quella ufficiale, si parlino tra loro. L'idioma adottato da Suriano è da attribuire alla Locride o al Reggino, così ci dicono e noi non siamo in grado di confermare o smentire; mentre dobbiamo ammettere che qualcosa, del senso delle parole, ci è sfuggito, e non solo per la difficoltà acustica della sala romana del Vascello, dove lo spettacolo si è dato, nel quadro della lodevole rassegna di nuove realtà teatrali promossa

dall'Eti. La rappresentazione (un'ora scarsa), a ogni modo, si giova in misura notevole dell'apporto che, al flusso verbale ben sostenuto dagli attori Rocco Barbaro e Peppino Mazzotta, forniscono i «tamburini» Antonio e Nicola Luzzi: picchiando ritmicamente sui loro strumenti, evocano o presagiscono, suggerendone le immagini alla mente dello spettatore, il tripudio davvero infernale destinato a suggellare la vicenda. Il «sonoro» è dunque importante, e saranno anche da citare i rari accenti musicali a firma di Paolo Segat. Quanto all'«visivo», esso si affida alla scenografia di Pierluigi Manetti, che disegna con sobria efficacia uno scorcio di natura degradata, ai costumi di Magdalena Grassi, alle luci di Giuseppe Calabrò.

Le rovine di Baghdad

in edicola con l'Unità a € 3,30 in più

in scena

teatro | cinema | tv | musica

Le rovine di Baghdad

in edicola con l'Unità a € 3,30 in più

Franco Fabbri

ASCOLTI E POLITICA

Radiotre, Radioflop



L'obiettivo era «ringiovanire». Anche a costo di perdere ascoltatori. Per questo Sergio Valzania, direttore da poco più di un anno di Radio Tre (in aggiunta a Radio Due), ha insistito a commentare favorevolmente i dati di ascolto, nonostante gli incrementi - quando ci sono stati - fossero molto modesti, e le perdite ben più significative. Nel «giorno medio ieri» (un'astrazione statistica derivata dalla modalità dell'intervista Audiradio) Radio Tre ha guadagnato l'8% solo nel primo periodo della nuova gestione del palinsesto, contrassegnato dalle polemiche che hanno incrementato la visibilità della rete; ma nei periodi di rilevazione successivi quell'incremento è stato annullato. D'altra parte, il dato degli «ascoltatori nei 7 giorni» ha visto un calo costante, precipitando dai quattro milioni e mezzo del primo semestre 2002 ai tre milioni e settecentomila del primo periodo 2003, con una perdita del 17%.

Chi ha paura dei sessantenni?

Curiosamente, questo 17% è esattamente la stessa cifra di cui ha parlato qualche mese fa l'ex direttore di una radio di New York che trasmette musica colta, commentando il cambiamento voluto dalla proprietà da un repertorio ampio e aperto alla musica contemporanea a uno ristretto ai «classici», impaginati secondo i criteri di una radio standardizzata. Un'ascoltatrice di Manhattan ha commentato: «Prima c'era anche molta musica che non mi piaceva, ma ero incuriosita: adesso mi annoio mortalmente, e non l'ascolto più». A leggere gli interventi degli ascoltatori di Radio Tre sul sito www.amici-radio3.com si trovano giudizi molto simili, e anche molto più polemicamente. Ma torniamo al «ringiovanimento». Valzania (così convinto che i suoi critici siano solo gli ex-collaboratori della rete da guadagnarsi l'affettuoso epiteto di «futuro ex-direttore di Radio Tre») ha rivendicato il «merito» di aver fatto diminuire la percentuale degli ascoltatori con più di sessant'anni di età, e questo - messo in relazione con il calo complessivo - significa che ritiene un successo aver messo a fuoco un pubblico corrispondente a un certo modello, nonostante le perdite.

Anche la sua gestione di Radio Due era stata ed è impostata così. Ma a chi interessa, quel modello? Apparentemente ai pubblicitari, o meglio alla SIPRA che raccoglie la pubblicità, secondo un'immagine appiattita degli ultrasessantenni come consumatori scarsi o inesistenti. Premesso che tutto questo ha poco a che fare col servizio pubblico e con una radio di cultura, siamo comunque di fronte a una rap-

A chi interessa quel modello? Ai pubblicitari che considerano gli ultrasessantenni dei consumatori scarsi o inesistenti

Valzania, il direttore, aveva detto: la parola d'ordine è ringiovanire. Infatti, distruggendo quel che c'era ha perso il 17% degli ascolti. E il suo Terzo Anello riesce a mandare a nanna anche gli insonni. Complimenti per il fiuto e per quella frizzante agiografia dedicata a La Pira



Uno studio radiofonico. Qui a fianco, Piero Chiambretti

presentazione rozza o fasulla anche dal punto di vista del marketing, perché non tiene conto proprio dei consumi culturali, e di quanto gli ascoltatori più anziani di Radio Tre siano comunque persone attente, colte, attive, autorevoli (quindi capaci di influenzare i consumi di altri, se è questo che interessa).

Altro che «vecchiotti». Del resto, dopo un anno di gestione Valzania l'unica cosa di Radio Tre che non è cambiata è proprio la pubblicità: scarpe con «confezione di comunista», il GR3 - che dipende, si sa, da un'isola direzione - vi si inseriva come un'isola di consenso per il Polo, soprattutto per AN. C'era da commentare un'iniziativa dei sindacati? Si intervistava il direttore di Ideazione. L'invitato Pietro Mancini, erede quasi virtuosistico di una tradizione di giornalisti faziosamente melliflui, iniziava sempre con una domanda imbarazzante per gli intervistati del centro-sinistra, con un assist smarcante per quelli del centrodestra. Continua a farlo, salvo che le voci diverse da quelle governative sono sempre più rare. Ed è quasi una cartina di tornasole quel minuto o poco più di riverbero, di memoria del GR3 che si prolunga sulle trasmissioni della rete. Fino a un anno fa, l'irritazione per le faziosità informative (non sempre, soprattutto allora) era subito rielaborata non da faziosità di senso opposto, ma dal senso di una vivacità intellettuale, dall'attenzione, dalla ricerca. Quando la linea torna alla rete ora, e dopo non c'è *Hollywood Party*, ci si incupisce. Ci sono ottocentomila ascoltatori in meno, là fuori, a testimoniare.

Ma è proprio vero, poi, che Radio Tre è ringiovanita? Mettiamo che sabato scorso

programmi cult

Alla fine hanno fatto fuori anche il «Teatrogiornale»

Era uno degli appuntamenti più amati dagli ascoltatori di Radio Tre, da anni: ogni sera, dal lunedì al venerdì, il *Teatrogiornale* riprendeva e commentava (trasfigurandoli) i fatti del giorno. Curata da Monica D'Onofrio, ideata da Roberto Cavosi, basata sui testi dello stesso Cavosi, di Sergio Pierattini e di altri autori, la finestra del *Teatrogiornale* apriva il contenitore serale di *Radio Tre Suite* con la vivacità frenetica dei suoi tempi di preparazione: dalla prima mattina, momento della scelta della notizia da commentare, al primo pomeriggio, con

il copione appena pronto e la scelta delle musiche e degli effetti, fino alla prova con tutti gli attori, pochi minuti prima di andare in onda in diretta.

Eredità della gestione precedente di Radio Tre, e quindi non particolarmente gradito alla nuova direzione, il *Teatrogiornale* è stato difeso a lungo dai ripetuti tentativi di dismissione, fino all'inevitabile cedimento pre-estivo, per stanchezza. È un altro pezzo di ottima radio che se ne va: chiusa la stagione 2002-2003, non tornerà dopo la pausa estiva.

f.f.

concorrenza spietata

Piero Chiambretti a Mediaset? «È Berlusconi che mi corteggia»

TORINO Piero Chiambretti a Mediaset? È lo stesso conduttore a rivelare una trattativa con la concorrenza, anzi «un corteggiamento molto stretto», dopo che nei giorni scorsi si era ventilata una sua possibile conduzione della *Domenica sportiva*. Addirittura, dice Chiambretti, «l'uomo di Mediaset che mi corteggia è Berlusconi - e tra le proposte c'è la conduzione di *Scherzi a parte* o comunque di programmi in prima serata». «Mediaset non mi attrae per questioni economiche - ha poi precisato - ma per salvaguardare la mia creatività. È stata l'Annunziata stessa, in un'intervista, a dichiarare che la creatività e la libertà di parola ora si

trovano a Mediaset. E come se avesse indicato una strada da seguire, come uno sdoganamento». Sugli obiettivi di Mediaset, Chiambretti ha dichiarato: «Mediaset è un'azienda molto grande che cerca di sostituire il servizio pubblico. La trattativa con me è dunque un'operazione commerciale e politica». Chiambretti lascia ancora un spiraglio all'ipotesi di rimanere in Rai: «Punto ovviamente sul rilancio che è stato fatto dalla Rai con l'offerta della *Domenica sportiva*. D'altronde, in questa azienda lavoro da 18 anni. Confido nel desiderio di trattenermi del direttore generale Cattaneo, che stimo e ringrazio e che spero di incontrare presto».

Ora, quando si spengono tgr e non c'è «Hollywood Party» ci si incupisce. Ottocentomila ascoltatori in meno sono i fuori a testimoniare