

vertenze

ANCORA UNA SETTIMANA DI SCIOPERO PER DOPPIATORI
Non fa passi avanti la trattativa per il rinnovo del contratto di lavoro del doppiaggio. Lo sciopero dei lavoratori, che dura già da due settimane, è stato prorogato fino al 27 febbraio, e il rischio per le uscite in sala e per la programmazione televisiva dei prossimi mesi si fa sempre più concreto, se perfino Variety da Los Angeles dà l'allarme per il lancio in Italia di film come *Troy*, *The Day After Tomorrow* e *Harry Potter and the prisoner of Azkaban*. Di fronte alle pressioni della controparte i lavoratori del settore ribadiscono la loro «compattezza» nella vertenza.

direttori in usa

BARENBOIM: ADDIO, SONO UN MUSICISTA, NON UN RAPPRESENTANTE

Stefano Miliani

Immaginate, per pura ipotesi di fantascienza, che la Ferrari chieda al suo campione Schumacher di dedicare meno tempo e meno energie a prepararsi per le gare e si rimbocchi le maniche onde recuperare pubblico, fondi, mecenati, attività insomma nelle quali il pilota avrebbe tutto il diritto di non sentirsi particolarmente propenso. Non accadrà mai, ma trasferiamo l'esempio nell'universo della musica classica negli Stati Uniti, dove la faccenda dei finanziamenti alle orchestre è di drammatica attualità. Qui la cronaca registra un fatto vero, emblematico della condizione della cultura oggi. Giovedì scorso Daniel Barenboim, direttore musicale della Chicago Symphony Orchestra dal '91, con la voce roca per una bronchite appena superata, ha annunciato prima ai musicisti e

poi alla direzione e al consiglio d'amministrazione che lui, alla fine del contratto che termina con la stagione 2005-6, lascia l'incarico, non lo rinnova. Se ne va. Cogliendo tutti di sorpresa. Il direttore e pianista ha detto di averci rimuginato parecchio, di aver preso una decisione sofferta e non stupisce perché la Cso è uno dei migliori complessi orchestrali del mondo (ha una sezione di ottoni davvero superba), lui stesso ne ha forgiato l'odierna identità avendo rinnovato quasi un terzo dei suoi componenti, con questi professori d'orchestra Barenboim ha fatto Mozart, Boulez (che ha chiamato come direttore ospite nel '95), prime esecuzioni assolute, tour. Ma ciò non basta a impedire l'addio.

Il musicista di nazionalità israeliana, nato in Argen-

tina nel '42, uno infaticabile, ha specificato che si dedicherà di più all'attività di pianista, all'Opera di Stato di Berlino di cui è direttore dal '91, che aumenterà il suo impegno con la West-East Divan Orchestra formata da giovani israeliani e palestinesi, tuttavia la ragione vera l'ha detta chiaro e tondo: i crescenti impegni «non-artistici» richiesti ai direttori di orchestre statunitensi per trovare pubblico: «Oggi, e non solo in America, devi passare parte del tuo tempo a spiegare alla gente perché la musica è importante, perché la cultura è necessaria. C'è una sensazione di crisi, finanziaria, di pubblico. Per questo ci si aspetta che i direttori musicali facciano un sacco di cose legate alla raccolta di fondi, alle attività sociali, a iniziative locali per conquistare nuovi spettatori.

Ma io sono un musicista e questo voglio fare». È ovvio che ogni incarico di direttore stabile richieda anche una porzione di, come dire?, «rappresentanza». Tuttavia Barenboim ha avvertito che la giusta misura è stata superata. La qual cosa da un lato accende un'altra spia sulla crisi che da tempo attanaglia il sistema musicale americano fondato in larga misura su elargizioni e contributi privati, dall'altro contiene una «morale» anche per l'Italia: non è che a qualcuno, un giorno, confidando nei soldi privati verrà in mente di chiedere a Muti o Chailly di impegnarsi di più sul versante dei quattrini e meno sul lavoro artistico? Fantascienza, per carità, ma sulle ragioni del commiato di Barenboim una qualche riflessione converrà farla.

No Limits

Il mensile rivolto alla disabilità

in edicola con l'Unità a € 3,50 in più

in scena

teatro | cinema | tv | m

Pensare l'Italia

Antonio Gramsci

in edicola con l'Unità a € 3,50 in più

Silvia Garambois

E anche nell'anno che è passato la prima serata è targata Mediaset: un maledetto mezzo punto che lascia la Rai in affanno alle spalle delle tv di Berlusconi. Sul podio del 2003, ancora una volta, la prima tv italiana del dopocena è Canale 5 (23,91% degli ascolti), seguita da Raiuno (23%) e da Italia 1 (12,35%). Seguono Raidue, Raitre e Retequattro. La Rai si consola proponendo i dati dell'ascolto d'autunno («il miglior autunno degli ultimi sette anni»), dove la tv più vista torna ad essere Raiuno anche in prima serata e la Rai piazza otto programmi tra i «top» di stagione (dal Gran premio di Formula 1 a *Madre Teresa*, all'*Isola dei famosi*), mentre Raidue recupera il secondo posto nella classifica generale delle reti. «Tutte e tre le reti Rai vincono la sfida con le dirette concorrenti», vanta a viale Mazzini.

Resta il dubbio se questo risultato sia stato davvero strappato con le unghie e coi denti, mettendo al lavoro i creativi della tv: sulla qualità della programmazione in genere, tra reality show e trasmissioni di intrattenimento di dubbio gusto, infatti, c'è poco da brindare. Anche perché tra i programmi leader, quelli che hanno fatto da traino, la Rai cita su tutti *Affari tuoi*, ovvero il giochino degli scatoloni di Paolo Bonolis proposto dopo il Tg1. Quello, insomma, che ha preso il posto di *Il fatto* di Enzo Biagi.

Sui giudizi rispetto alla programmazione c'è libero arbitrio, ma su come è andata nei numeri, adesso è tutto nero su bianco: «Un anno di ascolti - anno Auditel 2003», pubblicazione curata come ormai tradizione dalla tv pubblica, si annuncia con le foto della squadra Rai, i famosi e quelli dell'*Isola dei famosi*, Antonio Socci al fianco di Madre Teresa di Calcutta, Bruno Vespa con Lilli Gruber... E poi numeri, numeri, numeri: è il trionfo delle percentuali. In questo libello non si parla di contenuti, si tendono ad accoppiare - proprio come le maestre di scuola insegnano a non fare - le pere e le mele e svariati altri frutti e ortaggi (cosa c'entrano, per esempio, i fratelli

Taviani col cane Rex, o Sabina Guzzanti con Panariello?), e il risultato è il numero dei telespettatori all'ascolto. Ma in questa bizzarra matematica moderna dettata dall'Auditel si scoprono anche cose interessanti, che raccontano come è cambiata la nostra vita davanti alla tv, quanti telefilm ci sono stati offerti, quanti varietà abbiamo almeno assaggiato, e i nostri figli di quanti cartoni animati si sono ingozzati e persino quanta informazione è scivolata tra gli spot. Le curiosità si affacciano tra i numeri «storici», quelli che riassumono la nostra storia di tele-controllati, da quel 1987 in cui l'Auditel si affacciò sulla scena televisiva. Strano anno quell'anno, dominato dal fenomeno Celentano: da un giorno all'altro si scoprì che non era vero che davanti alla tv si davano il cambio oltre 50 milio-

Schizzano al 14,1 i programmi di intrattenimento, crollano la fiction e il cinema. Raitre leader nell'informazione: 32%

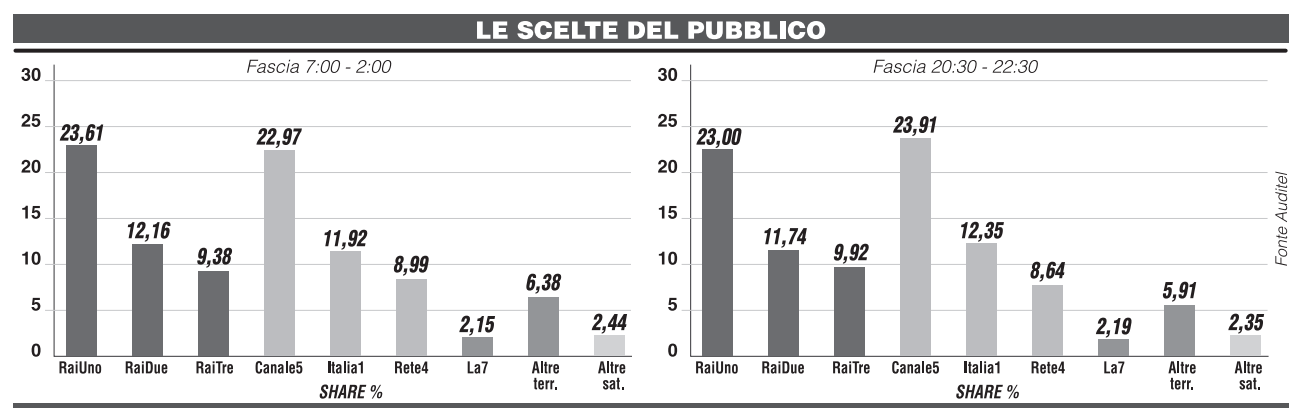
Nonostante un buon autunno, la Rai in prima serata cede il passo a Mediaset. Così dicono i consuntivi del 2003. Mentre cresce il pubblico tv e il satellite guadagna posizioni...

Un'immagine da «Distretto di Polizia» in onda su Canale 5. Sotto, Paolo Bonolis.

Il sorpasso 2



ASCOLTI TV



mettila come vuoi

Per l'Auditel siete solo consumatori

Uno dice: 20e30 o 23, che sarà mai?, se il programma è bello, sempre tv è. No, non è questione di modestia, la differenza c'è eccome. Il «prime time», tra le 20,30 e le 22,30, è la tv extralussa, la Ferrari dell'etere, la copertina patinata dell'intera rete. Conquistare la prima serata e avere un asso nella manica è tutt'uno: è come mettere da parte il gruzzolo per la vecchiaia. E proprio di gruzzolo si tratta: quello degli spot. La tv del dopocena ha di fronte la platea più numerosa, ogni punto di Auditel significa una bella fetta di pubblico in più. E quella che vogliono gli inserzionisti: l'Auditel è nato proprio per «pesare» il valore delle tv, ed il peso dipende dal numero di persone all'ascolto. È questo il motivo per cui la Rai usa toni trionfalistici per annunciare che lo scorso autunno ha riconquistato il primato, che nell'intero 2003 l'ascolto sulle 24 ore le ha dato ragione: parla agli inserzionisti, non ai fans di Panariello o di Bonolis.

Ma anche l'Auditel ha i suoi guai. Nei mesi passati si è scatenata una offensiva sulla credibilità dell'Auditel, sulla scelta del «panel» (il gruppo di telespettatori prescelti) su cui misura gli ascolti tv, su dati considera-



ti almeno «strampalati». C'è stato anche uno strascico di interrogazioni parlamentari sull'intera vicenda. E questa volta i «signori dell'Auditel» sono stati colpiti nel vivo e - sul seriosissimo sito www.auditel.it - hanno pubblicato un collage di vibranti smentite, definen-

do «leggende metropolitane» tutte le accuse. Di che si trattava? Degli ascolti di trasmissioni mandate erroneamente in replica, o di quelli di trasmissioni sospese per cause tecniche, in entrambi i casi considerati troppo elevati, o ancora della formazione del famoso panel (ovvero 5.101 famiglie selezionate e 8.000 rilevatori meter attivi su altrettanti televisori, che fotografano le scelte di circa 14.000 individui in ogni momento della giornata). Quello che è bruciato di più a Auditel, però, è stata la constatazione da parte di alcuni critici che «Auditel non rappresenta un pubblico di cittadini, ma una platea di consumatori»: «Il fatto che il campione sia allocato proporzionalmente alla popolazione italiana rispetto a numerose variabili socio demografiche - risponde Auditel - e poi riponderato, in fase di espansione dei dati, per ripristinare la proporzionalità su altre variabili individuali che non possono essere tenute sotto controllo in fase di reclutamento (bisogna ricordare che il reclutamento avviene a livello familiare e che la composizione del campione individuale è derivata dalla composizione familiare), è la più evidente dimostrazione della falsità di certe dichiarazioni e della loro clamorosa insostenibilità tecnica e scientifica». Chiarissimo... Quello che in ogni caso resta evidente sono le finalità di Auditel: misurare gli ascolti in modo convenzionale per avere parametri attraverso i quali vendere la pubblicità delle tv. In altre parole, considerare i telespettatori nient'altro che acquirenti...

s.gar.

ni di italiani, neonati compresi, ma che anzi la media d'ascolto sulla giornata non superava i sei milioni e mezzo di telespettatori, mentre la sera arrivava poco sopra i 22 milioni.

Si scopriva insomma un'Italia «umana», di gente che andava anche al cinema e a teatro, a fare due chiacchiere tra amici, o che sceglieva di stare in poltrona a leggere un libro: un'Italia che non si accalava soltanto, da mane a sera, davanti alla tv. Neanche di fronte a quel fenomeno di Celentano. Sono scivolati via diciassette anni, da allora, e oggi le tv trionfanti comunicano che la platea si è allargata: sono 9 milioni nelle 24 ore, superano i 24 milioni e mezzo la sera. L'aumento non è progredito in linea retta: c'è stato un vero crollo negli ascolti nel '97 (la linea del diagramma si abbatte di oltre un milione di telespettatori), anche nel 2001 l'abbandono della tv è stato sensibile (quasi 400mila in meno la sera). Quest'anno, che si festeggiano i 50 anni della tv (cioè della Rai), si affaccia come novità un ascolto più sensibile per le tv satellitari: è sempre la tv generalista a farla da padrone, ma mister Murdoch si accredita due punti e mezzo di percentuale anche nei conti dell'Auditel, che racconta come il satellite venga acceso soprattutto la mattina e nel primo pomeriggio, e poi a tarda sera.

«La Rai domina con le punte più alte d'ascolto nei generi più specifici della sua missione di servizio pubblico», avverte la prefazione al rendiconto Auditel: «è infatti leader nell'informazione, nella cultura, nei programmi di servizio, nelle trasmissioni per bambini, nelle rubriche sportive, nella fiction di produzione e anche nell'intrattenimento». Ci sarebbe un altro dato interessante che nell'opuscolo purtroppo non viene proposto: come è cambiata la programmazione Rai. Lo tentiamo noi, utilizzando vecchi dati Auditel, vecchie pubblicazioni Rai: dall'archivio riemergono i dati del '99, quando si preparava il Giubileo e al settimo piano del palazzo di viale Mazzini sedeva il consiglio presieduto da Roberto Zaccaria. Allora i programmi di intrattenimento rappresentavano l'8,4% dell'intera programmazione: un

dato che nell'anno 2003 è schizzato al 14,1%. Un'impennata. La fiction era allora al 15,9% per cento, l'offerta cinematografica al 12,3%: la somma porta a più del 28%. Adesso siamo al 18% complessivo. Un crollo. Sull'informazione il dato è invece abbastanza simile: allora si calcolava il 16,2% ai tg e il 10,6 all'informazione (26,8% complessivi), ora si parla di 19,2% di informazione d'attualità e 8,5 di approfondimenti informativi (27,7% complessivi). Ma la parte del leone la fa Raitre, che da sola offre all'informazione il 32,2% della sua programmazione). Altro discorso sarebbe entrare nel merito dell'informazione offerta, parlare di Santoro e Biagi che non ci sono più, di Vespa che offre gli assoli al premier, e via elencando. Ma forse non è questa l'occasione...

Oltre 24 milioni di italiani passano la sera davanti alla tv. Ascolti in ripresa dopo il crollo - meno un milione - del '97 e le perdite del 2001