

60 ANNI DOPO SBARCO IN NORMANDIA
RADIO3 RACCONTA IL D-DAY

6 giugno 1944: le truppe alleate sbarcano in Normandia. Per celebrare il 60° anniversario dell'evento che ha cambiato il corso della seconda guerra mondiale e la Storia del XX secolo, Radio3 Rai propone uno speciale organizzato in un ciclo in sei puntate di Paolo Mieli in onda da oggi al 5 giugno, dalle ore 18.00 alle 18.45, dal titolo «Operazione Overlord», e in una giornata interamente dedicata alla fiction, con un copione scritta appositamente per l'occasione da Sergio Pierattini e interpretato in diretta da oltre 20 attori, che nelle 24 ore di domenica 6 giugno attraverserà tutto il palinsesto di Radio3 ripercorrendo i fatti salienti del D-Day.

LA LEGGE DI AMELIO: ENTRARE AL CINEMA QUANDO VOGLIO E SEDERMI DOVE VOGLIO

Alberto Crespi

Gianni Amelio è in Cina, o sta per andarci: quando tornerà avrà sicuramente qualcosa di interessante da raccontarci, forse un nuovo film, chissà. Nel frattempo ha terminato Le chiavi di casa, dal romanzo di Giuseppe Pontiggia. Nati due volte: il film è in predicato per Venezia, a settembre lo vedremo, lo vedrete. Ma se siete in crisi di astinenza (il regista è fermo da sei anni: Così ridevano, Leone d'oro nel 1998) sarete felici di incontrare Gianni Amelio in libreria. Einaudi Stile Libero, collana sempre piena di sorprese, ha da poco pubblicato Il vizio del cinema (310 pagine alla modica cifra di 10 euro). È una raccolta: ma per una volta, è una raccolta che ha un senso. Amelio tiene da tempo una rubrica sulla rivista Film Tv: ogni settimana segnala un film del

passato, lo rilegge a modo suo, dà libero sfogo alla sua cinefilia. Già, se non lo sapevate Amelio è un cinefilo: un divoratore di immagini in cui la fame di film sfiora la bulimia, la gola, il peccato capitale. Non tutti i registi lo sono. Bernardo Bertolucci lo è (il suo ultimo The Dreamers lo dimostra ampiamente). Luigi Comencini lo è. Mario Monicelli, per esempio, non lo è. Ma c'è un passaggio, nella prefazione in cui Amelio descrive il proprio vizio, che ci ha ricordato proprio Monicelli. L'autore dei Soliti ignoti è solito ripetere che i film andrebbero visti da metà: prima il secondo tempo, poi il primo. Solo così si impara a smontarli, ad analizzarli, e in ultima analisi a farli. È un approccio «tecnico» (Monicelli ha cominciato come sceneggiatore). Amelio, con un

approccio da «depravato», arriva a una conclusione simile: «Il vizioso deve poter entrare in sala quando vuole e starci quanto vuole, sedersi dove gli pare o cambiare posto (la prenotazione come a teatro: ma per favore...)». Amelio rimpiange i «pidocchietti», i vecchi cinema della sua infanzia, e definisce «vizio solitario» la goduria casalinga delle cassette e dei Dvd: «Mi divertivo di più allora, quando il cinema era un vizio alla portata di tutti».

Il vizio del cinema contiene molte delle schede che Amelio ha scritto per Film Tv, in ordine sparso (non cronologico) e quindi sentimentale. È un viaggio nel cinema come amore (e diamogli un nome, a 'sto benedetto vizio!). Si parte con La finestra sul cortile di Hitchcock e si finisce con Hatari! di Hawks, che è

una vera dichiarazione d'amore a quello che Amelio definisce «il suo film portafortuna»: è il viaggio in Africa di Hawks, con John Wayne che gira per la savana catturando animali per gli zoo, un'insensata, romantica delizia. Nel mezzo c'è di tutto: tanta Hollywood, tanta Cinecittà, sporadici incontri con Bergman, Kurosawa, Mizoguchi, Lang, Herzog, Cocteau. Come sempre in questi casi, sarete trascinati nel divertente e inutile gioco del «perché c'è questo e non c'è quello?». Ma su ogni film imparerete qualcosa. E se siete ragazzi (di qualunque età) con il sogno del cinema nel cassetto, occhio al sottotitolo del libro («Vedere, amare, fare un film»). Amelio vuole suggerirvi che c'è un unico modo di imparare a fare i film: guardarli.

libri

La Lega
contro
l'Italia

in edicola
il libro con l'Unità
a € 4,00 in più

in scena

teatro | cinema | tv | musica

Libertà
di informazione

Il caso Italia

oggi in omaggio
con l'Unità

Alberto Gedda

Se ne sono accorti, ma era inevitabile. Ci eravamo trastullati, noi popolo di radiologi, all'idea di avere un mezzo mediamente intelligente, libero, immediato, tutto per noi, da tenere stretto e invece «loro» se ne sono accorti. Del resto era difficile tenere fuori dai giochi (di potere) la scatola parlante che tempo dimostra grande vitalità e penetrazione con un ascolto quotidiano stimato fra i 35 e i 37 milioni di persone, con un ascolto medio per le emittenti commerciali calcolato in 45 minuti. E così è arrivato l'interesse di Silvio Berlusconi che, tramite il gruppo editoriale Mondadori, sarebbe in trattativa per l'acquisto di tre grandi emittenti commerciali nazionali: Radio 105, Radio Monte Carlo e One-O-One. Come dire una penetrazione importantissima nell'ascolto radiofonico, e ovviamente nella raccolta pubblicitaria, con tre testate consolidate nel cui mazzo spicca la storica Radio Monte Carlo prima alternativa, negli anni Sessanta con Radio Luxemborg, agli ingessati programmi Rai. Come se non bastasse RadioRai abbandona la diffusione delle trasmissioni sulle onde medie, impedendo di fatto l'ascolto di RadioDue e RadioTre a quanti ricevono i programmi su queste frequenze. Restano i programmi di RadioUno (grazie per la grazia!) e i programmi di servizio ma la grande tribù dei radiologi, quei popolosi gruppi di ascolto che gli esperti definiscono «community», continua a protestare. Del resto sono quegli stessi esperti che sembrano persino stupirsi del successo di queste tribù, dimostrando la loro approssimazione nel trattare la radio che, di colpo, si rivela non come la sorella povera e vecchia della tivù ma tutt'altro.

La Rai spiega che l'abbandono delle onde medie per RadioDue e RadioTre è «fisiologico» poiché, in sostanza, si tratta di sostituire gli oltre cento ripetitori obsoleti e persino dannosi. Del resto, spiegano ancora i vari esperti, la radio si può anche ascoltare attraverso i ripetitori del «digitale terrestre» che, come ben sappiamo, è quel successo travolgente di trasmissione che attraversa la penisola grazie alle intuizioni e disposizioni della legge Gasparri. La stessa legge che, a ben vedere, consente alla Mondadori di acquistare tre grandi radio. Tutto in regola e il cerchio si chiude. Per i nostalgici delle onde medie (che, evidentemente, i sagaci funzionari immaginano quali vecchini e vecchine che ascoltano la radio con il plaid sulle ginocchia sui quali sonnecchiano gatti guerci) c'è anche la possibilità di Internet, insomma!

Ma l'impoverimento di queste due reti, che hanno un ascolto difficile in modulazione di frequenza è evidente, come testimoniano quotidianamente i conduttori dei più ascoltati programmi radiofonici subissati (così come le redazioni dei giornali) da migliaia di messaggi di protesta. Tant'è che Il Ruggito del Coniglio, trasmissione di punta di RadioDueRai, ha deciso di raccogliere le proteste per realizzare un pamphlet da presentare ai vertici dell'azienda, che, ne siamo quasi certi, non ascoltano la radio. Così come non la ascoltano altri guru dell'informazione: ad esempio i responsabili del nuovo «Magazine» del Corriere della Sera che, rispetto a «Sette», ha soppresso la pubblicazione dei programmi radiofonici scatenando altre proteste. Come ha avuto modo di constatare anche la giornalista del Corriere, Maria Latella, in diretta ai microfoni di RadioTreRai. Ma a chiudere il triangolo della radiofonica in crisi di crescita ci sono i canali commerciali che si scimmiettano l'uno con l'altro dando vita ad un effetto di nutella tutta uguale

Silvio offende la radio non s'arrende

Berlusconi vuol mettere le mani su tre emittenti private mentre taglia le ali a Radiodue e a Radiotre. È il suo stile: così difende gli interessi collettivi. Del suo gruppo. E così anche questo campo di comunicazione comincia a temere il pensiero unico che ha già ucciso la tv. Sentite cosa dicono Riordino, Dose e Presta, Gialappa's, Linus... Intanto, la protesta degli ascoltatori Rai finisce in un pamphlet...



Renzo Arbore

Il padre di «Alto Gradimento»: la tv è troppo hard, ci vai solo se hai sangue da mostrare, alla larga

Arbore: radio, non omologatevi

«Per fare la radio bisogna essere un po' cialtroni...». Parola di Renzo Arbore che però in radio non ascoltiamo, purtroppo, da anni.

«Me lo chiedono spesso e ho anche preparato un progetto ma per ora non penso proprio di fare nulla. Cinque anni fa c'è stato l'errore di rifare Alto Gradimento: un'intuizione senile che non ha funzionato anche per la storica pigrizia di Gianni Boncompagni. Mi sento ancora, profondamente, un dee jay ma preferisco fare altro al momento».

Cosa?

Il musicista, indubbiamente. Sono in due orchestre eccezionali, l'Orchestra Italiana e la Swing Orchestra, con le quali abbiamo in programma concerti, tournée e dischi.

E la tivù?

No, la televisione no. Questa televisione in particolare. È troppo hard, dura: per fare ascolti è disponibile a qualsiasi cosa, per un punto di share manda in onda sgozzati e lotte nelle stalle, qualsiasi cosa pur di fare ascolto. Si parla spesso di tivù di qualità, di programmi di nicchia ma poi tutti inseguono la follia dei reality. In queste logiche non mi riconosco minimamente e,

sicuramente, un programma come *Quelli della notte* o *L'Altra domenica* non avrebbero sicuramente spazio nei palinsesti decisi dai pubblicitari. Mi piacerebbe però che si ricordasse, perlomeno, che proprio con *L'Altra domenica* è stato lanciato il vero anchor man televisivo, il commentatore libero: era l'ottimo Peppino Fiori che nessuno, dopo, ha più eguagliato in questo ruolo.

Cosa ascolti in radio?

Un po' di tutto anche perché ascolto molta radio. Per limitarmi a RadioRai debbo dire che mi piacciono Caterpillar, Il Ruggito del Coniglio, Seiunozero, Fiorello... Per chi vuole solo musica c'è Dee Jay, chi la politica Radio Radicale chi la religione Radio Maria. C'è di tutto nell'etero.

Ma l'osservazione è che questo «tutto» si stia omologando, tutti uguali.

E un rischio che vedo e che, intelligentemente, gli stessi radiofonici denunciano ricercando soluzioni proprie. In ogni caso non siamo certo al livellamento televisivo che è precipitato in basso con l'avvento delle tivù di Mediaset.

a.g.

spalmata sui palinsesti. «C'è troppa omologazione soprattutto nei meccanismi musicali - ci dice Renzo Ceresa, produttore di numerosi programmi per RadioRai - Così un modello di successo, come *DeeJay*, diventa riferimento per tutti con un effetto marketing che distrugge la natura stessa della radio che è, invece, l'esaltazione della diversità». Ceresa è stato l'organizzatore con Massimo Cirri, co-conduttore di *Caterpillar* insieme a Filippo Solibello (una delizia di RadioDueRai, dal lunedì al venerdì, ore 18-19.30), dei *Radio In-*

contri che si sono tenuti a Riva del Garda, in Trentino con la benedizione di Renzo Arbore. Un'occasione per fare il punto sulla salute della radio, media sempre importante nonostante l'atteggiamento di sufficienza dimostrato dai massmediologi, editori e padroni del vapore che, però, hanno fiutato il vento e si sono inseriti nel flusso degli ascolti. Ma la radio, perlomeno sinora, sembra comunque essere molto più libera della televisione.

«Assolutamente sì - confermano i tre della Gialappa's - E parliamo per esperienza personale. Su Italia 1 ci hanno tagliato 40 minuti a *Mai dire domenica* per il nuovo regolamento di attuazione delle legge sulla par condicio che, evidentemente, non vale però per Emilio Fede che la stessa sera al Tg4 ha preso per il culo per venti minuti una candidata dell'Ulivo, Lilli Gruber. In radio nessuno ci ha mai messo il bavaglio, imposto cose: ti senti libero in quella stanzetta con il microfono». Della stessa opinione Linus, direttore di Radio DeeJay: «La nostra radio è di un gruppo editoriale preciso, Repubblica-Espreso, che non ci ha mai imposto nulla. Da noi ci sono conduttori di sinistra e di altre aree, come ad esempio Platinette, in piena libertà d'espressione e di confronto. Io parlo in radio, ogni giorno, per due ore da 28 anni: e ne ho 46 portati splendidamente...». Per Davide Riordino «La radio è un'istantanea sonora, uno scandaglio gettato nel mare quotidiano, quello vero: non quello, finto, della tivù che vorrebbe farci credere che la sola realtà è quella che mette in scena lei stessa». Ma la radio si assomigliano troppo: stessa musica, spesso stessi programmi con l'inflazione delle coppie di conduttori impegnati nei cazzeggi del mattino. «Dobbiamo saper guardare oltre - dice Eddi Berni, direttore di KissKiss Network - arrivare anche a canali tematici, comunque differenziarli se non lo stesso pubblico finirà per punirci perché siamo a rincorrerci con gli stessi dischi, programmi, formati. Occorre andare oltre alla visione di una radio generalista omologata».

L'esempio arriva dagli States dove ci sono emittenti che propongono solo jazz o country, rock o pop, informazione o religione. «Bisogna soprattutto tenere conto del fatto che il pubblico radiofonico non è mai banale - sottolinea Marco Presta e Antonello Dose, conduttori de *Il Ruggito del Coniglio* - La nostra esperienza ci dimostra che in questo luogo ci sono persone che interagiscono, discutono e si confrontano liberamente. In radio puoi mettere in scena di tutto, con intelligenza e ironia». Conclusione? «La radio è più dirtente della tivù - commenta Dario Vergassola - Ce ne sono tante, 1.600 si dice, e finché "Uno" non se le compra tutte divertiamoci!». E alla prossima puntata.

«Il ruggito del coniglio» sta raccogliendo migliaia di proteste: verranno trascritte e trasmesse ai vertici dell'azienda di Viale Mazzini

”