

Anche i conigli nel loro piccolo...

ANTONELLA FALOPPA

La radio cambia volto. E lo fa assumendo le sembianze di un coniglio. Da sempre simbolo di timidezza un po' pavida, il coniglio radiofonico capovolge le regole: si esibisce in raffinati giochi di parole, gigioneggia con un pubblico attento e sensibile strizza l'occhio alla cultura degli anni settanta, ironizza con intelligenza sulle vicende di casa nostra, alleva coniglietti in fasce che andranno a ingrossare le file di fan fedelissimi, consola fidanzati abbandonati al loro destino, inventa rubriche surreali dai titoli fantasiosi ("Coniglio in the world", "Il vagito del coniglio", "Zebedi, il premio del venerdì", "Non aprite quella posta", "Fax in terra agli uomini di buona volontà"). Non solo. Ruggisce.

Ogni giorno, dal lunedì al venerdì, circa ottocentomila affezionati dell'etere si sintonizzano sulle frequenze di Radio due, per godersi un'ora di "Ruggito del coniglio", il programma condotto da Marco Presta e Antonello Dose in onda la mattina, dopo il quarto d'ora tradizionalmente dedicato agli sceneggiati radiofonici. La formula è quella collaudata della trasmissione "a tema", in cui il pubblico telefona e partecipa al dibattito introdotto dai conduttori. Qui tuttavia è riproposta in veste parzialmente nuova, arricchita di ingredienti presi in prestito dalla scuola di Enrico Vaime, e da quella, antesignana, di Arbore e Boncompagni, tutta giocata sul calembour e sullo scambio veloce di battute, di appartenenza a quel filone radiofonico colto e un po' surreale che trova in Piero Chiambretti, Fabio Fazio e nel clan dei fratelli Guzzanti una sorta di alter ego televisivo.

Marco Presta e Antonello Dose costruiscono una trasmissione scandita da tempi serratissimi: a una parte introduttiva dedicata al commento dei fatti di prima pagina (costume, politica), fa seguito il corpo del programma, di rapporto con gli ascoltatori, che si svolge intorno al tema del giorno e crea l'impalcatura di ogni puntata. Qui la prima novità del programma: pubblico e conduttori giocano sullo stesso piano, attingendo da un patrimonio linguistico e culturale comune, che li rende in qualche modo

coprotagonisti e inventori di ogni puntata. I due conduttori forniscono gli spunti e fanno da contraltare agli interventi dei loro interlocutori, ma lo schema classico domanda-risposta è completamente superato da uno nuovo, in cui gli ascoltatori che intervengono contribuiscono al gioco dell'improvvisazione e dell'invenzione lessicale, imitando il linguaggio dei due conduttori e creandone al contempo uno nuovo. Presta e Dose, abilissimi in questo confronto in cui i ruoli si scambiano continuamente, commentano, si inventano un linguaggio-contenitore in cui mescolano idiomi giornalistici, luoghi comuni televisivi e reminiscenze infantili e sco-

lastiche. Le frasi fatte dei conduttori di un tempo, i tic comuni all'intrattenimento nazionale-popolare, sono ripresi dai due, stravolti, esasperati e restituiti agli ascoltatori come parte dell'assurdo insito nella comunicazione dei mass media.

"Il Ruggito del coniglio" collauda un tipo di intrattenimento, ma non rappresenta un caso isolato, piuttosto un orientamento che riflette i cambiamenti avvenuti nell'intero palinsesto del secondo canale radiofonico Rai, inaugurando una stagione di programmi

d'intrattenimento caratterizzati da un meticcio di generi, molto vivace, in cui a fatti di cronaca recenti si mescolano esperienze vissute dal pubblico e in cui è tornata alla ribalta una comicità colta e disincantata, in un percorso in cui trovano posto le parodie graffianti di Fabio Fazio e Simona Marchini in "Black Out", i commenti del mattino di Vaime e la riedizione di "Alto gradimento".

In questo programma il "Ruggito" dà vita a un genere ibrido, che si colloca a metà fra l'intrattenimento informale e il programma di satira e di rilettura degli avvenimenti. Il risultato è di grande efficacia. Merito dei due conduttori è, come affermano loro stessi, quello di avere creato un "clima" in cui il pubblico si riconosce. Il risultato è quello di una comicità intelligente che combina sapientemente l'uso del calembour con un'ironia pungente eppure mai dissacratoria, arguta eppure mai irritante.

Approdati alla radio dopo esperienze teatrali e reclutati da Enrico Vaime nel 1989, Dose e Presta hanno continuato a lavorare per la radio e a collaborare con Vaime fino al 1995, anno d'esordio del "Ruggito del coniglio". Oggi la trasmissione, giunta al suo quarto anno di programmazione, ha un ascolto di circa ottocentomila persone. Nel 1997 è uscito il loro primo libro, intitolato Il ruggito del coniglio, una sorta di editoriale alla loro trasmissione. È uscito nel 1998 il secondo libro, pubblicato da RaiEri e Comix, Dove osano le quaglie, manualletto semi-serio di sopravvivenza destinato a fidanzati abbandonati.

Uno dei pregi maggiori della vostra trasmissione è di tirare fuori il meglio dagli ascoltatori, di portare allo scoperto un'Italia spiritosa, dai riflessi pronti, corrosiva ma non banale. Ritenete che questo spirito sia un effetto della vostra trasmissione, una sorta di contagio buono che sta attraversando il paese, oppure che ci fosse già un sommerso di questo tipo?

"Noi siamo semplicemente due tinozze che contengono un pubblico straordinario al di là dei nostri mezzi e dei nostri meriti. L'ironia e l'autoironia sono da sempre una ricetta di sopravvivenza degli italiani e noi non facciamo altro che rinnovare la prescrizione".

Enrico Vaime dichiara spesso di odiare i giochi di parole ma in realtà vi fa ricorso; voi, che nel primo libro vi dichiarate suoi allievi, avete portato il calembour a pratica continua e soprattutto di grande efficacia. Può essere che in realtà quello odiato sia il gioco di parole già usato, quello un po' "di citazione", mentre c'è ricerca continua del gioco di parole "di invenzione"?

"Il gioco di parole è come il colesterolo: c'è quello buono e quello cattivo. Fino ai trent'anni pensavamo che il calembour fosse un formaggio francese con la muffa, poi abbiamo scoperto che era anche una fonte di reddito... Rispetto alla battuta estemporanea, il gioco di parole non ha la forza della spontaneità. Come tutte le cose costruite devono essere ben costruite, sennò cadono giù".

Il pubblico che apprezza voi, Vaime, alcune delle cose di Mirabella e Garrani è evidentemente molto lontano da quello degli estimatori delle barzellette: ritenete che questo genere - che dominava un tempo la domenica mattina con i testi di Clericetti e Domina - sia ormai morto?

"Sono linguaggi che sono diversi. Le persone sono tutte uguali. Perché si ride? Ci vuole sì la battuta, ma se la si dice in un certo modo è meglio. Altre volte si può ridere per un contesto, per un inciampo, guardandosi allo spec-

chio. Quello che conta è 'lo stato vitale': se sei depresso le gag di un clown del circo ti possono spingere al suicidio. Se "STAI SUUU" anche un telegiornale ti può far sganasciare. Fondamentalmente abbiamo inventato un clima in cui possono succedere delle cose. Che infatti altrove non succedono".

La velocità dell'attuale vivere quotidiano ha qualcosa a che fare con il forte successo del bon mot e del calembour rispetto ad altre forme di comicità?

"Non credo che il 'logorio della vita moderna' abbia un effetto nella mutazione di ciò che fa ridere, però è innegabile che in questo ritmo sfrenato qualche neurone prima o poi sia destinato a saltare...".

La destrutturazione del linguaggio, il rovesciamento dei significati, sono possibili se c'è una cultura condivisa. I vostri commenti sembrano esercitarsi su tre basi: i quotidiani con le frasi fatte giornalistiche, un certo linguaggio comune televisivo, ma anche scampoli di ricordi scolastici (in linea con la fortunata stagione di "Anima mia" di Fabio Fazio). Che cosa prevale nelle vostre intenzioni? Oppure, se è una miscela un po' casuale, voi date per scontato di rivolgervi a un pubblico con una discreta scolarità e che per di più legge i quotidiani? Molti insegnanti sostengono che questo è pretendere troppo persino dai loro allievi delle superiori.

"Ci vuole un patrimonio comune. Se io [Dose] mi mettessi a parlare di filosofia buddhista o di astrofisica, forse mi verrebbe il sospetto di tagliare fuori un sacco di ascoltatori. Forse c'è la speranza di avere un pubblico di contemporanei, persone che sono a conoscenza dell'attualità, magari dai telegiornali... e c'è la consapevolezza che la nostra generazione si è nutrita di Carosello, formaggini e Cugini di Campagna... Poi, per dirla alla Grotowskij (scomparso ahimé il 14 gennaio), 'Ci sono due tipi di cultura, quella delle accademie, delle pinacoteche e delle biblioteche, che in qualche modo è parallela alla vita, la descrive, cerca di spiegarla (...) e c'è una cultura che è la vita'. Forse condividiamo questa seconda".

Ascoltando "Il ruggito del coniglio" si percepisce una sorta di benevolenza verso gli ascoltatori, che non viene mai meno anche quando sono proprio loro a fornirvi spunti per i motteggi. Il messaggio che trasmettete è quindi di "appartenenza" e non di "presa di distanza" verso quello stesso mondo su cui voi ironizzate.

"Penso che in fondo noi e il nostro pubblico condividiamo le stesse gioie di vivere e le stesse difficoltà. Chi dice il contrario o si considera altro dal pubblico o è in cattiva fede o è un malato di mente".