

RAITRE ore 14.15
Chiambretti tra fax e «schegge»

CANALE 5 ore 20.30
Don Tonino nel regno dell'orrore

Chiambretti all'Università? Magari a quattro zampe e travestito da pantera. A Parma, dove si svolge la puntata odierna di Prove tecniche di trasmissione (Raitre, alle 14.15), l'incontenibile guastafeste dei pomeriggi domenicali, in una delle sue visite agli atenei occupati, metterà a dura prova, ne siamo certi, anche gli studenti. In apertura di programma sono previsti alcuni inediti, «schegge» semiserie su passato e presente dei protagonisti di Prove tecniche...

In una sala cinematografica specializzata in film dell'orrore alcuni spettatori muiono ammazzati proprio come i personaggi dei film proiettati. L'idea non è nuova, ma tant'è. Il commissario (Gianni) Sangiorgi comincia le sue indagini, per presto rivolgersi all'aiuto, indispensabile, di (Andrea) don Tonino. Peccato che a risolvere l'inquietante caso non giovi la presenza di un assistente pasticciona del commissario che complica le cose ulteriormente. È questa la trama de Il regno dell'orrore, film per la tv di Fosco Gaspari ed episodio della serie Don Tonino, in onda stasera alle 20.30 su Canale 5, affidata agli esiti recitativi di Gigi & Andrea. Con la puntata di oggi il programma va in ferie. Domenica prossima infatti Don Tonino non andrà in onda per lasciare il posto ad una serata speciale di Canale 5 dedicata alla festa di San Valentino. Gli altri quattro episodi della serie, già realizzati, andranno in onda a partire dalla prossima primavera.

Da domani su Raidue la nuova edizione del settimanale d'informazione condotto da Gianni Minoli. «Un giornalismo d'autore da conservare in videocassetta»

«Mixer» cambia giorno e va in edicola ogni mese

Il 7 aprile 1980, Mixer fa il suo ingresso nel firmamento televisivo. Giornalismo, spettacolo, informazione: questi i vertici di un triangolo che racchiude al suo interno i segnali di un modo spregiudicato e sperimentale di fare tv. Domani sera l'equipe di Giovanni Minoli torna su Raidue alle 21.40. Grandi eventi per un programma che vuole farsi videoregistrare pensando al futuro RaiSat.

ANTONELLA MARRONE

Roma. Basta con la tv fast food. Anche per la «grande sorella» iniziano i tempi della dieta mediterranea, della meditazione. O almeno così pensano Giovanni Minoli, Aldo Bruno e Giorgio Montefoschi, che da domani (Raidue, ore 21.40), propongono Mixer, il piacere di saperne di più. Assaporare la notizia, dunque, valutare con attenzione i fatti. Un rotocalco di informazione da conservare. «Dopo quattrocento puntate siamo ancora vivi - spiega Minoli - e questo premia la nostra costante ricerca di linguaggio e di contenuti. Senza considerare che siamo rimasti inediti dopo alcune tempeste che si sono riversate su di noi in questi anni. Mixer, dieci anni fa, aveva un obiettivo, la qualità dell'informazione, e un nemico, il telecomando che garantiva al telespettatore la massima libertà di scelta, la possibilità di creare un palinsesto autonomo. La sfida per i prossimi dieci anni è quella di considerare la tv come punto di arrivo di molti più stimoli (la televisione via etere, la pay tv), puntando sulla «conservazione», su un prodotto di alta qualità permanente. E Mixer si la videocassetta. Tra le novità di questa edizione, infatti, la ramificazione del programma televisivo sino alle



Giovanni Minoli e, sopra, Ornella Vanoni: «Mixer» andrà a «curiosare» nella sua casa

edicole potrebbe provocare una vera e propria svolta nelle abitudini del telespettatore. Ogni mese, grazie ad un accordo con la Fonit Cetra, uscirà un videomagazine con la raccolta di tre o quattro dossier presentati da Mixer, in cassette da conservare come un libro. «Novana minuti di televisione in diretta con la realtà - prosegue Minoli -, una sfida in una serata tradizionalmente legata al film di famiglia. I risultati Auditel non ci spaventano. L'anno scorso abbiamo avuto il 13% di share nella fascia oraria delle 22.30 di domenica. Mixer e Derrick sono stati considerati i programmi più noti e seguiti, uno per il settore informazione e l'altro per la fiction. Quest'anno, poi, abbiamo potenziato l'uso dei telefoni di servizio (già sperimentato con il Telefono Azzurro): ci sarà un costante collegamento con i telefoni più importanti, Telefono Rosa, Telefono Amico per i casi di Aids o dell'Anonima Alcolisi, Telefono Verde, attraverso cui potremo avere il polso di una realtà troppo spesso dimenticata. Non sarà il telefono che interverrà nella trasmissione, ma sarà la trasmissione stessa ad intercettare storie di denuncia quotidiana. Tomano anche Enrico Deaglio e Patrizio Roversi, «acculturati» di varia umanità. Deaglio racconterà l'Est che cambia, la Romania, la Polonia, l'Ungheria, vivendo per una settimana con una famiglia-tipo. A Roversi, invece, il compito di dipingere cronaca e attualità con le sue corrose descrizioni di ambienti e di tipi. Sulla «notizia» resteranno anche i dialoghi tra Federico Zerri e Roberto D'Agostino, mentre tre puntate speciali dal titolo Quel giorno porteranno la firma di Arrigo Levi. Si ricorderà il giorno della caduta del muro di Berlino, il giorno in cui Arafat ha riconosciuto lo

Stato d'Israele, il giorno in cui ebbe inizio una delle più atroci repressioni nella storia latino-americana con i desaparecidos. Reportage firmati: Giorgio Montefoschi dall'India, Alberto Moravia dall'Iraq e Giorgio Manganelli dalla Norvegia e la sigla conclusiva, ancora affidata a Sandra Monteleone, andrà a sbirciare in case di personaggi famosi (e si comincia con Ornella Vanoni). Ma ci sono anche proposte più insolite in questo Mixer gustolungo. Innanzitutto la preparazione di materiali per RaiSat, la tv italiana diretta da satellite che, in coproduzione con le altre nazioni, si avvia alla preparazione di un magazine europeo, Mixer Extra. Il primo numero della serie (10 puntate di 60 minuti) è dedicato a «Erotismo e sesso» in Europa attraverso sei storie (Svezia, Francia, Spagna, Ungheria, Gran Bretagna, Italia): ad ogni storia di ciascun paese reagirà un gruppo d'ascolto di un altro paese. Infine, «Fax» è il dibattito conclusivo, una sorta di fuoco d'artificio a sorpresa su verità e falsità dell'informazione. «Per la prima puntata - conclude Minoli - aspettatevi qualcosa di clamoroso che farà discutere certamente».

Rai e Fininvest a confronto
Come ti trucco la mia tv

MARIA NOVELLA OPPO

MILANO. L'industria dell'immagine cura la propria immagine. Semberebbe un dato scontato, ma non lo è affatto. Non tutti i parucchieri sanno tagliarsi i capelli da soli. L'immagine, proprio perché è tale, cambia a seconda dei punti di vista e guardare se stessi è la cosa più difficile che ci sia. Anzi: è proprio impossibile senza adeguati strumenti. Da ciò l'utilità di una discussione tutta interna alla tv (prima linea della guerra dell'immagine) intelligentemente organizzata nel corso del Promo Film Festival svoltosi a Milano. La manifestazione in realtà ha per tema la promozione del cinema e della tv, cioè i trailer e gli annunci dei programmi (che in gergo sono detti «prom»).

Ma comunque, uno dei versanti più interessanti del festival è stato la discussione sulle immagini delle tv pubbliche e private. Per esempio Giorgio Gori, che governa la programmazione di Canale 5, Rete 4 e Italia 1, ha esposto quella che vive quotidianamente come contraddizione centrale. E cioè la differenza tra il mercato dei prodotti e quello degli ascolti, che si riflette nell'eterno contenzioso tra lo spettacolo e lo spot, tra la produzione di programmi per il pubblico e la emissione di messaggi pubblicitari rivolti ai cosiddetti «responsabili d'acquisto». Ancora più apertamente di Gori ha parlato Carlo Momigliano, responsabile del comparto teorico di Publitalia, la concessionaria di Berlusconi e in un certo senso la vera «padrona» delle antenne. «Per una tv commerciale - ha spiegato Momigliano - i programmi sono un fattore della produzione, ma il vero prodotto sono gli spettatori». Insomma: la tv commerciale fabbrica telespettatori così come la Fiat fabbrica automobili. Ma si potrebbe anche dire, ancora più chiaramente, che la tv commerciale vende telespettatori ai fabbricanti di automobili che pagano gli spot. Il che da parte di Canale 5 comporta dare la caccia a quel pubblico, stanziale, familiare, conservatore ed acquirente che ama smodatamente Mike Bongiorno. Mentre consente alle altre due reti solo un ruolo di supporto integrativo. Rete 4 lo fa coi film e Italia 1, invece, con la ideazione di programmi tv anche nuovi, alternativi e comunque rivolti a un «altro» pubblico, più giovane. Diverse ovviamente le possibilità delle reti Rai: il loro discorso è indirizzato direttamente al pubblico. Quello di Raiuno (come ha spiegato Antonio Bruni) è tutto teso a mantenere il suo primato di ascolto (media annua del 27%) proseguendo su «una linea tradizionale ma al passo coi tempi, con coerenza di immagine e di linguaggio, ma contemplando perfino qualche trasgressione (esempio: «Promessi sposi» veri e parodia)». Più complesso il profilo di Raidue, in discesa di ascolti e in confusione di immagine. Infatti Paolo Carnignani ha parlato di una «rete di progetto», che punta al futuro con la «fiction» e con una informazione da prima serata tutta da inventare. Sempre Carnignani ha detto provocatoriamente che Raidue vorrebbe coprire quella piccola zona di tv che sarebbe costituita dai «contenuti». Tutto al contrario di quello che ha invece sostenuto per Raitre Stefano Balassone, spiegando la strategia della rete che vive la più forte crescita. Raitre non è andata al supermarket per scegliersi una fascia di pubblico o una tipologia di programmi, ma ha optato per la cultura della comunicazione. «La tv è un linguaggio, con una sua grammatica e una sua sintassi. Questo approccio comporta l'abbandono dell'idea di una tv a tesi. Nel panorama precedente mancava appunto la tv». Il video insomma, secondo Balassone, non è solo un canale attraverso il quale passano i prodotti culturali (cinema, teatro, ecc.) ma una comunicazione aperta con il pubblico, tutto il pubblico della tv.

Un'intervista su «Epoca»
Ancora nuvole su Sanremo e Aragozzini risponde: «Non perdo l'entusiasmo»

«Se farò Sanremo in futuro, dipenderà esclusivamente dai risultati di questa edizione». Lo dice Adriano Aragozzini, contestato patron del festival, in un'intervista pubblicata sul numero di Epoca in edicola domani. Da due anni Aragozzini è al centro di polemiche più o meno aspre. Gli si è contestata l'amicizia con Biagio Agnes, ex direttore generale della Rai, che lo avrebbe favorito nell'ottenere il contratto per l'organizzazione del festival. Una «protezione» che Aragozzini giudica «opinabile», visto che nel 1985 lui scartò da Sanremo pur essendo Agnes già direttore generale.

In ogni caso il suo contratto scade quest'anno e niente assicura che gli sarà rinnovato. «Il festival mi ha dato tante amarezze, polemiche e calunnie ma non per questo il mio entusiasmo è diminuito», dichiara lui, praticamente ricicciolando, ma sul fatto che l'era Aragozzini sia veramente finita non hanno dubbi alcuni politici, ad esempio Gianni Borgna, responsabile del settore spettacolo per il Pci, e Mauro Dutto, deputato repubblicano della commissione di vigilanza sulla Rai. L'auspicio è che, nel futuro prossimo, vi siano trasparenza e correttezza e non patteggiamenti spartitori.

Table with TV program listings for Raiuno, Raidue, Raitre, TMC, Odeon, Radio, and other channels. Includes times and program titles like 'Le nostre favole', 'Patafrac', 'Tennis', etc.