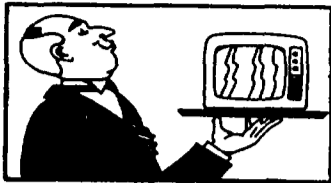


24ORE

GUIDA RADIO & TV



Mtv, emittente Usa via cavo già diffusa in 28 paesi dal primo agosto è in Italia Per ora via etere e al nord



Videomusic, Telemontecarlo ma anche Rai e Fininvest: la battaglia dell'estate si combatte sulle sette note



Sbarca in Italia il colosso del clip

Mtv, pioniera delle emittenti musicali, sbarca in Italia. In mezza Italia, per la precisione, perché il suo segnale, diffuso dal circuito di televisioni locali C.T.I., arriverà dal primo agosto in Piemonte, Liguria, Veneto, Friuli, Trentino e Milano. Videoclip, notizie e curiosità, rigorosamente in inglese, con programmi importati da Mtv Europe, succursale della casa madre americana.

sione, comunque, i discorsi sono vaghi: forse in futuro, se l'esperienza al Nord andrà bene, la musica in tv dall'Europa e dall'America arriverà anche al Sud, ma sull'aumento delle ore di emissione c'è poca speranza: se Mtv deciderà di giocare alla grande, giorno e notte come altrove, l'accordo con le emittenti locali andrà rivisto (nel migliore dei casi) o archi-

vato (come la legge Mammì imporrebbe) sotto la voce: esperimenti. Quanto agli ascolti previsti, comunque, non si fanno né calcoli né previsioni: Videomusic, la naturale concorrente della gloriosa Mtv, non brilla certo per audience e il terreno della videomusic in Italia, con le decine di programmi che si occupano in un modo o nel-

l'altro di canzoni, sembra decisamente minato. A guardare gli ascolti europei, comunque, Mtv - la cui qualità non è certo in discussione - promette scintille: oltre 24 milioni di case collegate dal Portogallo agli Urali, con punte clamorose nel Regno Unito (1.571.965 abbonamenti) e addirittura stupefacenti in Francia (quasi 8 milioni di abbonati).

L'Italia in telemusica notte e giorno

ALBA SOLARO

Quanta musica circola sui video-schermi italiani? Dipende. Se ci si sintonizza su Videomusic la ragione è ottima e abbondante, 24 ore su 24 di clip, concerti, interviste, speciali, persino quiz musicali, e uno spazio sempre più consistente all'informazione. È la via italiana al modello lanciato dieci anni fa dalla pioniera Mtv, e raccolto con notevole tempestività dalla Beta Television, società di proprietà del gruppo Marucci (che oltre a possedere Videomusic controlla anche Superchannel, network via satellite che può contare più di 15 milioni di case collegate in tutta Europa). Videomusic viaggia nell'etere italiano dal 2 aprile dell'84, nel tempo, ha notevolmente allargato la sua capacità di intervento, ad esempio proiettando per la Rai i grandi concerti di Human Rights Now, il Nelson Mandela concert. Ma la spina dorsale dell'emittente restano i clip musicali, così come sono soprattutto gli adolescenti fra i tredici e diciannove anni a costituire il pubblico giornaliero di Videomusic, calcolato attorno ai tre milioni di persone.

In Rai, una vera e propria politica nei confronti dell'audience musicale non esiste. O meglio, varia col tempo. Raiuno, dopo aver seppellito programmi pomeridiani come Discoring, oggi punta molto sulle operazioni «grandi eventi», ovvero i concerti di Madonna, Prince, quello dei cantatori a Cinecittà, Claudio Baglioni dal Flaminio di Roma. Con una formula tra la rubrica lissa e l'evento speciale c'è poi Notte Rock: titolo quanto mai appropriato visto che il programma curato da Ernesto Assante, Paolo Biamonte e Cesare Pierleoni, spesso viene fatto saltare dalle undici a notte inoltrata, come successo qualche settimana fa quando lo show austriaco di Paul McCartney è andato in onda all'una passata. A parte questo, l'unica pecca di Notte Rock è una discreta sordidanza verso lo show business: concerti, filmati, interviste in esclusiva vengono quasi sempre proposti in concomitanza con l'uscita di un album o il passaggio di un tour. È il prezzo da pagare (siamo ancora lontani anni luce dall'indipendenza culturale di certe produzioni inglesi, come Rhythms of the world divenuta di recente una collana di videocassette di successo); e comunque i filmati presentati sono sempre pregevoli, la regia gradevole. Se Notte Rock è il tutto in questo campo, e il jazz resta la Cenerentola della situazione, Rai due ha invece varato da neppure un anno il suo «progetto musica» asse portante, Rock Cafe, rubrica quotidiana del pomeriggio, a cui si sono aggiunte iniziative speciali come il concerto in piazza «Notte contro il razzismo» (andato in onda un mese fa), e l'appuntamento stagionale col Cantagiro, fiore all'occhiello della domenica.

ROBERTO GIALLO

MILANO Anniversari a raffica per Mtv. Il primo agosto cade infatti il decennale della fondazione della tv via cavo americana che raggiunge 54 milioni di famiglie. E anche il quarto anniversario di Mtv Europe, nata sull'onda del successo d'oltre oceano, che «suona» via cavo anche qui, nel vecchio continente. In Italia, dove il primo agosto segna l'arrivo ufficiale della più famosa tivù musicale, di cavo non si parla nemmeno: non ci sono case cablate e non ci sono (in attesa della partenza di Tele+1) nemmeno esperimenti guida. Dunque etere, e via con la musica: tutti i giorni dal lunedì al venerdì dalle 13 alle 19 e la domenica dalle 7.30 alle 13.30. Contenuto, dirottato pari pari dalla Mtv europea: videoclip e informazioni musicali, vj (sarebbero i discjockey televisivi) e rubriche. Il tutto sparato in un inglese irrefrenabile. Poco male: se il rock e la musica leggera in generale rappresentano un linguaggio universale, come si è detto durante la conferenza stampa di presentazione, tutto filerà liscio.

Il problema è piuttosto di sostanza. Secondo i boss di Mtv, il cui verbo è stato divulgato a Milano, il mercato italiano è considerato importante, addirittura decisivo. Strana affermazione, soprattutto considerando il fatto che la tivù musicale per eccellenza arriva da noi, in

terreno così fecondo e importante, ben dopo altri 28 paesi, compresi l'Islanda, l'Urss, il Lussemburgo. Un ritardo sospeso? A sentire i responsabili di Gti, che raggruppa Videogruppo, Televisione Genovese e Diffusione Europea, cui si aggiunge per l'occasione la neonata Lombardia 7, la colpa è della legge Mammì e della difficoltà per un grande gruppo planetario di inserirsi in modo completo sul nostro mercato, uno dei più complessi del mondo. Per questo i programmi, anziché 24 ore su 24, occuperanno l'etere italiano soltanto per sei ore: la legge Mammì non consente una maggiore interconnessione alle tv locali.

Quanto ai contenuti, però, un'altra questione preme: se i programmi diffusi dalla nascente Mtv italiana saranno quelli già realizzati per la Mtv europea, quale spazio avrà la musica italiana, che gode in questo periodo di ottima salute e che comincia a investire cifre ragguardevoli anche nel campo del videoclip? Le risposte sono vaghe: Mtv presenta ciò che di musicale si agita tra Europa e America, e quindi anche quegli artisti italiani che sulla scena europea contano. Traduciamo: Zucchero, Ramazzotti, Nannini e pochissimi altri, contabili, alla fine, sulle dita di una mano. Saranno davvero tanto felici come vengono descritti i discografici italiani? Sul piano di futura espan-

sione, comunque, i discorsi sono vaghi: forse in futuro, se l'esperienza al Nord andrà bene, la musica in tv dall'Europa e dall'America arriverà anche al Sud, ma sull'aumento delle ore di emissione c'è poca speranza: se Mtv deciderà di giocare alla grande, giorno e notte come altrove, l'accordo con le emittenti locali andrà rivisto (nel migliore dei casi) o archi-



Fino all'alba con R.E.M. Litfiba Duran Duran

Lunga maratona musicale questa sera, dalle 23.20 fino alle tre di notte, in compagnia dei R.E.M., dei Litfiba, e Duran Duran, per battezzare il nuovo programma musicale di Telemontecarlo. A suon di Sans Soucis. Dei R.E.M. verrà proposto il lungometraggio live girato al termine della loro ultima tournée mondiale, intitolato come il penultimo album, Green. Seguirà un recente concerto dei Litfiba, vera primizia tv, per celebrare la più popolare delle rock band italiane (di recente ospite al festival di Montreux), e poi ancora spazio ai R.E.M. con video clip, interviste, un documentario sulla lavorazione del loro ultimo lp, Out of time, e una piccola perla, la versione acustica di Losing my religion. Chiude la maratona un reportage tratto dall'ultima visita in Italia dei Duran Duran.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'Tutto Chaplin', 'Concerti di Raiuno', 'Davinia', 'Segretaria tutto fare', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'Giuseppe Verdi', 'Lassie', 'La clinica della foresta', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'Treno popolare', 'Automobilismo', 'Telegiornali regionali', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'Aspettando il domani', 'Cartooni animati', 'Cannon', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'Furia d'amore', 'La Lancia scarlatta', 'TMC News', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'Giuseppe Verdi', 'Segretaria tuttofare', 'Il sapore del delitto', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'Bonanza', 'Una vita a metà', 'Rivediamoli estate', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'Studio aperto', 'Il mio amico ultraman', 'Riptide', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'La valle dei pini', 'Senorita Andrea', 'Per Elisa', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'Gazzosa alla menta', 'Radiogiornali', 'TGA', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'L'intraprendente Sig. Dick', 'Sapore di mare', 'L'amante indiana', etc.

Table with 2 columns: Time and Program Name. Includes programs like 'Christine la macchina infernale', 'Raggio verde', 'Studio aperto', etc.