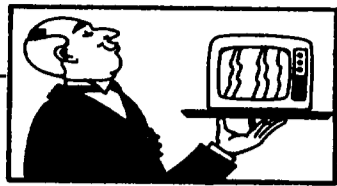


24 ORE

GUIDA RADIO & TV



In Italia non hanno mai sfondato ma negli Usa il mercato dei filmati musicali è in continua ascesa e la Mtv apre tre nuovi canali

Ora però la rete via cavo è al centro di polemiche e accuse di pomografia I nastri vengono censurati e tagliati ma i dischi colpiti vendono di più

Raiuno De Sica racconta De Sica

Sesso, videoclip e rock'n'roll

In Italia è stata una partenza al rallentatore, quasi clandestina, coninata su piccole emittenti locali del circuito Gti. Ma in America Mtv è sempre più una potenza: il video musicale tira ancora e i prodotti disponibili sono migliaia. Risultato: l'emittente via cavo americana annuncia l'apertura di tre nuovi canali. E intanto censori e sociologi lavorano duro: troppe donne discinte nel rock da vedere.



Anche Madonna è incappata nella censura della rete via cavo americana Mtv

ROBERTO GIALLO

A bassa voce, ma si può dirlo: la videomusica in Italia non ha sfondato. Il videoclip, moda del decennio passato, è stata per noi una piccola mania passeggera. Partito con gran clamore agli inizi degli anni Ottanta, quando Italia Uno lanciò le prime «notturne», è approdato presto a Videomusic, sua patria indiscussa. Ma l'emittente toscana non ha raccolto gli allori sperati e il suo ascolto è oggi decisamente minoritario. Povera cosa, specie se lo si confronta, ad esempio, con la febbre da clip che resta oggi ancora ben viva negli Stati Uniti. Mtv, da poco approdata anche in Italia (sei ore al giorno su alcune emittenti locali del Nord, la legge Mammì di più non consente) sbandierà infatti cifre di tutto rispetto. 54 milioni di case collegate è un record davvero incredibile, maturato sull'onda di una sinergia di fatto: Mtv vive sui videoclip, nati come video promozionali delle case discografiche. Le case discografiche vivono a loro volta di videoclip, tanto che non esiste esperto di marketing che non ammetta l'estrema difficoltà di vendere dischi senza relativo video. Una sorta di «pubblicità che fa spettacolo», insomma, ma anche una diversa fruizione dei consumatori americani: sempre più bassa l'età media del consumatore di musica leggera e sempre più importante la tv come veicolo informativo-

promozionale. Tanto importante che Mtv ha annunciato l'apertura di tre nuovi canali, questa volta via satellite, dedicati a generi diversi. Mtv-Heavy Metal, Mtv-Acid House e Mtv-Techno Pop dovrebbero partire alla metà del 1993. Alla base della decisione stanno considerazioni commerciali: i generi si vanno via via differenziando e acquistano spettatori decisamente specializzati. «Capitalizzare il trend», dicono (orrendamente) gli esperti americani, che significa moltiplicare i canali: anche le tre nuove emittenti targate Mtv trasmetteranno 24 ore su 24. In più, è una confessione che sembra una resa, e responsabile della tv musicale americana dichiarano senza mezzi termini che la produzione di videoclip è ormai tanto massiccia che le emissioni regolari non bastano più ad esporre in rotazione (e quindi con le ripetizioni concordate con le case discografiche) tutti i prodotti. Per cominciare, intanto, l'emittente ha attuato una mini-riforma della sua programmazione: basta con gli inserimenti di programmi non musicali e più attenzione alle offerte del mercato discografico. Sono spartiti così alcuni speciali prodotti in casa dell'emittente, alcuni anche abbastanza seguiti, come il gioco a premi Remote Control, un classico telequiz. Un videoclip in più ogni ora di programmazione (più o meno 24 video al

giorno in aggiunta) è stato il risultato immediato della piccola rivoluzione. Mentre annuncia sviluppi futuri e disegni grandiosi di ampliamento, Mtv si trova a fronteggiare i furori censori della puritana America. Il recente caso della copertina di David Bowie censurata non è che la punta dell'iceberg e la più bersagliata dalla censura sembra proprio essere l'emittente musicale americana. I risvolti della censure, questa volta, non sono solo ridicole ricadute del prudere americano, ma coinvolgono, come spesso accade in tema di censura, motivazioni economiche, morali e politiche. È esploso ad esempio nel giugno scorso, il caso del Tca, azienda che gestisce 53 società via cavo negli Usa, e chi ha un ruolo predominante in Stati come Texas, Arkansas, Louisiana, Mississippi, New

Mexico e Idaho: per un totale di 420 mila utenti collegati con Mtv dall'inizio di luglio hanno perso il collegamento. Motivo dichiarato dalla società: «Non ce la sentiamo più di continuare ad offrire al pubblico materiale pornografico». La reazione di Mtv è stata dura e ha sottolineato, giustamente, come certe scelte spettino semmai all'utente, non certo a chi, tecnicamente, consente di diffondere un segnale televisivo. Intanto contro la presunta pornografia dei videoclip musicali si è mosso anche Sut Jhally, docente all'Università del Massachusetts, che ha dato alla sua protesta una veste scientifica. Ritagliando e montando spezzoni di video, Jhally ha realizzato un cortometraggio (Dreamworlds: desire, sex, power in rock video): 55 minuti che racchiudono scene di erotismo da sala bigliardo, sedu-

zione un tanto al chilo, esibizionismi vari e volgarità in ordine sparso. Realizzato il telefilm, via al corso universitario, che verte sull'immagine disumanizzata delle donne nella cultura popolare. Mtv, questa volta, ha accusato il colpo e non ha saputo ribattere niente più che una formale protesta economica: il materiale piratato era infatti coperto da copyright e la cassetta realizzata dal professore è da considerarsi, a tutti gli effetti, frutto di pirateria. Vero. Il che non ha impedito al docente americano di spedire copie a molti colleghi, invitandoli a trattare, come lui, l'argomento da un punto di vista sociologico e di analisi dei consumi.

Censura o non censura, comunque, va detto che suona davvero bizzarro mproverare a Mtv un uso indiscriminato del sesso filmato nel video mu-

Un collage di testimonianze, filmati e aneddoti per ricordare un grande del cinema italiano: Vittorio De Sica, scomparso nel 1974. Si tratta di *Parlami d'amore Maria*, un nuovo programma ideato da Giancarlo Governi e curato da Mariella Sellani, che vedremo per sette giovedì, a partire dal 29 agosto su Raiuno alle 23. Gli autori sono Christian De Sica, figlio del regista, Luca Verdone e Anna Maria Bianchi che firma anche la regia. «L'immagine che vorremmo proporre della vita e della formidabile carriera di Vittorio De Sica - dicono gli autori - si fonda sul racconto più intimo, segreto e inedito dei familiari e degli amici: dai suoi collaboratori cinematografici e teatrali a quelli che ebbero con lui una consuetudine quotidiana e persistente nel tempo». Attraverso spezzoni di film e interventi inediti di critici, attori e registi, ciascuna delle sette puntate racconta un preciso arco temporale dell'attività artistica del regista, svelandone anche i piccoli tic o le grandi passioni e soprattutto la capacità di De Sica «di sentirsi l'umanità addosso, di penetrarla e rappresentarla» come sottolinea Governi. Nella prima puntata, l'autore di *I bambini a guardare*, *Sciuscà*, *Miracolo a Milano* e di tanti altri capolavori che dagli albori del neorealismo alla commedia all'italiana, hanno fatto grande il nostro cinema, racconta se stesso: l'infanzia, la giovinezza, gli studi di ragioneria, l'amore e il matrimonio con Giuditta Risone. I primi contatti col mondo dello spettacolo come attore, il teatro impegnato ma povero di pubblico, la fame - racconta la figlia Emò - finalmente dopo il teatro, la rivista e l'incontro con Mario Camerini. Il racconto fatto dalla viva voce del regista, tratta da vecchie interviste, parte da quando lasciò l'impiego alla Banca d'Italia, e venne scritturato da Tatiana Pavlova, come generico in *Sogno d'amore*. In seguito arrivarono le interpretazioni cinematografiche in *Gli uomini che mascalzoni*, *Due cuori felici* e *Il Signor Max*.

Grid of TV and radio program listings for Raiuno, Raidue, Raitre, TMC, and other channels, including show titles, times, and descriptions.