

# SPETTACOLI



L'attore Leo Gullotta; a destra, Pamela Prati e Pippo Franco in «Crème Caramel»

«Crème Caramel» contro «Samarconda», «Beautiful» contro il Tg3. Le reti si danno battaglia a colpi di Auditel, la tv di Stato è nel caos. E la Fininvest «vede» il sorpasso

## Assedio a Fort Rai

La lotta per l'Auditel sconvolge la Rai. Raiuno anticipa *Crème Caramel* (il programma con Leo Gullotta, che intervistiamo qui sotto) per combattere *Samarconda*. Raidue porta alle 19 *Beautiful*, contro il Tg3, ma anche per ottenere un «effetto traino» e superare Raiuno in prima serata. E sullo sfondo si profila il sorpasso della Fininvest: sognato per anni, raggiunto occasionalmente, e ora sempre più frequente.

SILVIA GARAMBOIS

ROMA. Sorpasso. Anzi, doppio sorpasso. La Fininvest sta riuscendo in un obiettivo inavuto perseguito in questi anni: doppiare la Rai. E, tra le reti del servizio pubblico, Raidue vede sempre più vicino un risultato ancora impensabile pochi mesi fa: superare Raiuno, comunque appararla. Nelle ultime due settimane Rai e Fininvesti sono fronteggiate testa a testa: dal 13 al 19 ottobre la Rai ha «tenuto» il 45,83% del pubblico mentre la Fininvest compiva un «avvicinamento» con il 45% (ma era addirittura il 46,26% considerando il dato complessivo di Publitalia con Italia 7); nella settimana dal 20 al 26 ottobre, invece, al 45,92% della Rai la Fininvest opponeva un 45,41% (46,61%

come Publitalia). Nella serata di martedì scorso una vittoria Fininvest eclatante: il distacco è di quasi dieci punti. Schiacciando *Paperissima*, la sit-com di Gianfranco D'Angelo e *I Simpson* (su Canale 5), Benny Hill, la partita e *L'Appello del martedì* (su Italia 1) e telenovela e telefilm su Retequattro, infatti, la Fininvest ha conquistato il 51,89% degli ascolti tra le 20,30 e le 22,30 e addirittura il 56,70% dalle 22,30 alle 2.

E i rapporti tra le reti Rai? Qui, oltre ai numeri, c'è anche la concorrenza interna che si è riscaldata e che vede Raiuno, per effetto di scelte politiche dc, nelle dupli vesti di attaccante e attaccata: alla rete è stata affidata, infatti, la «missione» di contrastare i programmi

informativi di Raitre, a partire da *Samarconda*, ma Raiuno, caricata di funzioni improprie e in crisi come rete «generalista», per di più in deficit evidente di capacità strategiche, presta il fianco all'assalto di Raidue. Il fatto nuovo è proprio il duello ravvicinato Raiuno-Raidue. «Il sorpasso? Noi non lo cerchiamo. In certe ore della giornata è nei fatti», dicono alla direzione di Raidue. E subito avvertono: «A noi non fa comunque piacere che Raiuno, che è la rete "generalista", perda le caratteristiche leader: noi siamo una rete specialistica, puntata soprattutto su fiction e informazione...»

E via coi dati. Intanto, i più recenti a disposizione: «Tra le 12 e le 22,30, il day-time, siamo primi, anche se di pochissimo», spiegano a Raidue. Il punto di forza della rete, infatti, va dal mezzogiorno al Tg delle 19,45. E in questi ultimi giorni è stato schiacciante. Gli ultimi rilevamenti Auditel a disposizione, quelli di mercoledì, portano *I fatti vostri*, la trasmissione di Fabrizio Frizzi, al 41,92 per cento d'ascolto (una media di 3 milioni e 280mila telespettatori con punte vicine ai 5 milioni). «Un record - spiega a Raidue - anche se



Raidue alle 19 e di *Crème Caramel* su Raiuno il giovedì sera, contro *Samarconda*, si possono leggere le logiche delle guerre fratricide in Rai: Raiuno punta a rafforzarsi nel giovedì sera e a togliere parte del pubblico, quello fluttuante, a *Samarconda*; Raidue può, di passaggio, creare problemi all'edizione principale del Tg3, ma la collocazione di *Beautiful* alle 19 indica una strategia più ambiziosa: sfruttare l'effetto di trascinamento della «soap opera» per tentare il sorpasso di Raiuno in prima serata. «A me la sfida del Tg3 contro Raiuno mi piace molto», dice Curzi - Vedremo se la gente riterrà più importante seguire la guerra scatenata dalla mafia o *Beautiful*, lo comunque un suggerimento da dare a chi ha il videoregistratore l'avrei: guardate il Tg3 e l'informazione regionale, quella di casa vostra, e registrate *Beautiful*. Lo rivedrete con calma mangiando...»

«Forse sperano di cambiare il gusto degli italiani», ribatte a distanza Alessandro Curzi, il direttore del Tg3, che a quell'ora richiama il 23% del pubblico televisivo. Dietro alla messa in onda di *Beautiful* su

Raidue alle 19 e di *Crème Caramel* su Raiuno il giovedì sera, contro *Samarconda*, si possono leggere le logiche delle guerre fratricide in Rai: Raiuno punta a rafforzarsi nel giovedì sera e a togliere parte del pubblico, quello fluttuante, a *Samarconda*; Raidue può, di passaggio, creare problemi all'edizione principale del Tg3, ma la collocazione di *Beautiful* alle 19 indica una strategia più ambiziosa: sfruttare l'effetto di trascinamento della «soap opera» per tentare il sorpasso di Raiuno in prima serata. «A me la sfida del Tg3 contro Raiuno mi piace molto», dice Curzi - Vedremo se la gente riterrà più importante seguire la guerra scatenata dalla mafia o *Beautiful*, lo comunque un suggerimento da dare a chi ha il videoregistratore l'avrei: guardate il Tg3 e l'informazione regionale, quella di casa vostra, e registrate *Beautiful*. Lo rivedrete con calma mangiando...»

«O il film appartengono a loro, e allora circolano, o niente» aveva protestato Sodano, con l'aria di sapere benissimo di accendere un caso.

Il giorno dopo, gli interessati rispondono per le rime. Ferrari ricorda a Sodano che l'anno scorso il film campione di incassi fu *Balla coi lupi*, distribuito dalla Life, mentre tra i film italiani s'impose *Vacanze di Natale* della Filmora. «Mi spiace che non fossero prodotti da Raidue», ironizza il dirigente della Warner «ma c'è un unico comandamento in questo mestiere. Quando un film piace al pubblico, trova tutto lo spazio che vuole; in caso contrario, non si può mandare la gente al cinema per decreto legge».

Più sfumato il parere della Uip. Matassino invita «a pensare di più a cosa si produce, ad anticipare i gusti del pubblico e si erge anch'egli a paladino del cinema d'autore: «Abbiamo distribuito *Cattiva* a fine maggio. Non lo voleva nessuno, invece era un bel film e la gente l'ha accettato». E il racket? «Parlare di racket mi imbarazza e mi fa un po' sorridere.

La polemica continua. Che Giampaolo Sodano abbia colto nel segno? Ma ieri, felice di aver gettato il sasso nello stagno, l'impetuoso direttore di Raidue ha preferito tacere.

## Bari: confermati il «Figaro» e il concerto di Liza Minnelli

BARÌ. Si terranno a Bari sia il concerto di Liza Minnelli, sia la rappresentazione di *Le nozze di Figaro*, originariamente previsti al teatro Petruzzelli. La Minnelli si esibirà l'8 novembre

al Teatro Teani, mentre l'opera andrà in scena al Teatro Piccini. Nel frattempo si moltiplicano le iniziative a favore del famoso teatro barese distrutto da un incendio: il Vittorio Emanuele di Messina ha offerto al Petruzzelli di utilizzare le proprie strutture per l'avvio della stagione lirica, in particolare per *Norma* e per il citato *Figaro*. Fra i due enti ci sarà comunque un «gemellaggio», con una delle opere del Petruzzelli che andrà in scena anche a Messina.

## Penta, Warner e Uip rispondono alle accuse del direttore di Raidue

## «Macché racket! Sodano non sa quello che dice»

Penta, Warner e Uip rispondono stizzite alle accuse di Sodano. Il direttore di Raidue aveva lamentato l'esistenza di «un vero e proprio racket nella distribuzione italiana», tale da penalizzare i film di qualità. «Sono solo cialtronerie» replicano i Cecchi Gori, mentre Paolo Ferrari, della Warner, sostiene che «quando un film piace al pubblico trova tutto lo spazio che vuole». E Sodano? Preferisce tacere.

MICHELE ANSELMI

ROMA. Il più sferzante è Mario Cecchi Gori, che tramite il suo ufficio stampa fa sapere: «Non intendo rispondere a simili cialtronerie». Ma anche Paolo Ferrari, direttore generale della Warner-Italia, non scherza: «Questo signore è male informato, non meriterebbe neppure una replica». Quanto alla Uip, il direttore dell'Ufficio marketing, stampa e pubblicità, Vito Matassino, polemizza: «Consiglierei un po' più di attenzione ai meccanismi di esercizio. Se *Chiedi la luna* a Roma fosse uscito ad Adriano, invece che al Capranichetta, l'avrebbero già smontato».

Non è piaciuta - era comprensibile - la sortita del feroce direttore di Raidue, Giampaolo Sodano. L'altro ieri, presentando il ciclo *Il coraggio di vivere* che parte sabato sera con *Italia-Germania 4 a 3*, il dirigente della Rai aveva lamentato lo strapotere monopolistico e stragolatorio della distribuzione, ipotizzando l'esistenza di un vero e proprio racket ai danni del cinema di qualità. Penta (ovvero Cecchi Gori-Berlusconi), Warner Bros e Uip (ovvero gli americani) i tre grandi accusati: colpevoli di irrompere la programmazione dei propri film e di penalizzare i titoli targati Raidue, ma non solo. «O i film appartengono a loro, e allora circolano, o niente» aveva protestato Sodano, con l'aria di sapere benissimo di accendere un caso.

Il giorno dopo, gli interessati rispondono per le rime. Ferrari ricorda a Sodano che l'anno scorso il film campione di incassi fu *Balla coi lupi*, distribuito dalla Life, mentre tra i film italiani s'impose *Vacanze di Natale* della Filmora. «Mi spiace che non fossero prodotti da Raidue», ironizza il dirigente della Warner «ma c'è un unico comandamento in questo mestiere. Quando un film piace al pubblico, trova tutto lo spazio che vuole; in caso contrario, non si può mandare la gente al cinema per decreto legge».

Più sfumato il parere della Uip. Matassino invita «a pensare di più a cosa si produce, ad anticipare i gusti del pubblico e si erge anch'egli a paladino del cinema d'autore: «Abbiamo distribuito *Cattiva* a fine maggio. Non lo voleva nessuno, invece era un bel film e la gente l'ha accettato». E il racket? «Parlare di racket mi imbarazza e mi fa un po' sorridere.

La polemica continua. Che Giampaolo Sodano abbia colto nel segno? Ma ieri, felice di aver gettato il sasso nello stagno, l'impetuoso direttore di Raidue ha preferito tacere.

Magari Sodano voleva solo attirare l'attenzione su un problema. Ma io vorrei ricordargli che è sempre il pubblico a decidere.

A difesa di Sodano si schiera invece Silvano Agosti, l'eccentrico regista (ed exercente egli stesso attraverso la sala romana «Azzurro Scipioni») autore di *Uova di garofano*, il film coprodotto da Raidue rifiutato da molti locali italiani. «Il nostro cinema è stato condannato a morte da una distribuzione che è un vero e proprio racket nelle mani di pochi tuoni della cineasta bresciano. E aggiunge: «Cecchi Gori e Berlusconi gestiscono una grossa fetta del mercato. Chi ne resta fuori ha pochissime possibilità di vedere circolare il suo film». Per protesta, Agosti ha deciso di presentare in anteprima *Uova di garofano* nel piccolo cinema di Rezzato, un paesino di 11 mila abitanti in provincia di Brescia; intanto da Milano arriva una buona notizia: il Comune si è offerto di proiettare il film per due settimane nella sala De Amicis. «Il problema è farlo vedere. Avevo anche pensato di mandare una simbolica domanda di grazia per il cinema italiano al presidente della Repubblica, ma spero di non dover ricorrere a cose di questo tipo» conclude Agosti.

La situazione, comunque, non è confortante. Se *A proposito di Henry e Thelma & Louise* registrano incassi record, seguiti da qualche titolo italiano come *Predipatti*, *Il muro di gomma* e *Il conte Max*, il bilancio generale degli incassi tende al rosso. Quasi due milioni di presenze in meno, nelle sale di prima visione delle dodici città capozona, rispetto all'anno scorso (6.500.000 spettatori contro 8.300.000); e per la restante fascia di mercato si ipotizza una flessione del 30 per cento. Naturale che, a risentimento, siano i film più deboli o curiosi, quelli non sorretti da grandi lanci pubblicitari. E intanto, osserva su *Repubblica* Franco Montini, «il comportamento delle distribuzioni sembra voler favorire l'abitudine di andare al cinema una volta all'anno, a Natale, o al massimo due o tre volte, fra una festa e l'altra».

La polemica continua. Che Giampaolo Sodano abbia colto nel segno? Ma ieri, felice di aver gettato il sasso nello stagno, l'impetuoso direttore di Raidue ha preferito tacere.

## Leo Gullotta: «Amo la signora Leonida ma come cittadino tifo per Santoro»

scritta dall'autore di *Tootsie*. Perché Gullotta, che non vuole essere «personaggio» ma solo «attore», con la critica non ha un rapporto esattamente brillante. Non capisce perché. O finge di non capirlo. Troppi ruoli, troppo successo di pubblico, troppa televisione?

Gullotta, ce l'ha con i critici? Ce l'ho con i pregiudizi. Ho l'impressione che molti critici vadano a teatro sapendo già cosa vedranno, e che ne escano convinti di aver visto esattamente quello che volevano vedere. *Il signor Popkin* è scritta da un professionista del genere, ha un inizio comico e un finale amaro, e soprattutto è un testo sconosciuto in Italia. Hanno parlato bene di me, ma poi per far tornare le proprie ipotesi hanno scritto sciocchezze, per esempio che av-

vamo aggiunto delle gag e che insomma si tratta di commedia televisiva. Tutto ciò mi sembra partito presto. Certo è curioso essere criticato da chi quel testo non lo conosce nemmeno. Ma poi il pubblico fa la fila per vederlo.

Forse è difficile giudicare un personaggio che passa dalla televisione dei grandi numeri alle tavole del palcoscenico.

Io non sono mai un personaggio, io faccio l'attore. Altrimenti tutto con lo stesso impegno, anche la pubblicità dei torroncini. Anziché fare serate a destra e a sinistra o fare tramele, normale, e questo sta diventando sempre più motivo di anomalia. E poi, se mi critica- no per la tv risponde: perché no, se mi riesce bene? E perché no *Popkin*, se mi riesce bene? Evidentemente, quando è

paurosa, senza legge da quarant'anni.

Perché in televisione fare «Leonida»?

Io non ne ho fatto un fumetto. Leonida ha un suo mondo e questo la rende molto amata. C'è da dire anche che non la ripropongo se non a *Crème Caramel*. Sono convinto che in tv è necessario dosare accuratamente tutto o rischi di diventare un cioccolatino. Insomma io faccio le mie scelte, anche discutibili, ma sempre in tutta serietà. Non urlo, non offendo nessuno, non ho padrini politici. Sono gentile, educato, normale, e questo sta diventando sempre più motivo di anomalia. E poi, se mi critica- no per la tv risponde: perché no, se mi riesce bene? E perché no *Popkin*, se mi riesce bene? Evidentemente, quando è

l'improvvisazione a dominare, se fai bene il tuo lavoro passi per rompicolte.

Come concilierai i tempi del «Signor Popkin» con «Crème Caramel» che Raiuno ha anticipato per il silenzio prelettorale?

Nelle prime quattro puntate del programma io non potrò esserci, dato che *Crème Caramel* comincia il 21 novembre anziché a gennaio com'era stato previsto, e io in quel periodo sarò ancora in tournée. Cercheremo di studiare un modo perché possa intervenire, ma parteciperò a pieno ritmo solo dal 26 dicembre.

Come giudica la decisione di Raiuno?

Rispetto al pubblico mi dispiace per la mia forzata assenza dalle prime puntate. Per quan-

to riguarda la nostra «squadra», penso che siamo delle teste di cuoio mandate avanti in queste occasioni.

E dopo «Popkin» e «Crème Caramel»?

Sicuramente ancora *Popkin*, visto il successo, ma intanto continuo a seguire altri miei progetti. Fra quelli che riguardano il cinema, ce n'è uno che vorrei vedere andare in porto, un film da *Verrà l'uccello turchino*, un romanzo di Nuccia Porto, di cui ho comprato i diritti, che racconta di un uomo mandato per sbaglio in manicomio. Per il teatro poi penso sempre al progetto Angelo Musco: spettacoli e mostre su questo formidabile attore, piccolo, siciliano, rosso di capelli, che girò il mondo, che era analfabeta e che fu un grande *Liola*.

non essere schiavi del meccanismo e a divertirci sul serio quando siamo insieme».

Insomma, un clima da compagni. Lo stesso habitat che ha ispirato questo disco lungo e interessante, moderno ma non troppo, con vaghi echi del remoto «progressive» uniti alla tipica impronta pop-rock dei Genesis anni Ottanta. Quattro facciate, oltre settanta minuti di musica, dodici brani, atmosfere miste, inseriti strumentali, un taglio più introspettivo rispetto agli ultimi lavori: ci sono singoli ad impatto immediato (*No son of mine*), morbide ballate (*Never a time*), sorprendenti accenti blues (*I can't dance*), mid-tempo accattivanti (*Living forever*). E testi diretti, semplici anche nel trattare temi sociali, con una maggior predominanza di Col-

lins. «Ho scritto *Jesus he knows me* - spiega Phil - per ironizzare sul predicatore televisivo, gente che specula sulle persone più semplici fingendosi rappresentanti di Cristo in terra per fortuna che hanno cominciato a metterne in galera qualcuno. E poi *Tell me why*, un testo a cui tengo molto: l'ho composto appena finita la guerra nel Golfo. In quei giorni tornavo a casa dal lavoro e mi mettevo a tavola con la famiglia: intanto sul televisore scorrevano immagini di morte, distruzione e sofferenza, cose purtroppo viste decine di volte. Ho sentito il bisogno di scrivere sopra una canzone: com'è possibile che gli uomini provochino ancora simili disastri?». In più, un paio di liriche da segnalare: *Driving the Last Spike*, dedicata agli operai che co-

struirono le ferrovie britanniche, e *Since I lost you*, sulla morte del figlio di Eric Clapton, grande amico di Collins. Ricordo la musica, i tre Genesis si mostrano abbastanza fieri di quanto realizzato, soprattutto alla luce della situazione pop attuale: quasi in coro dicono di non vedere granché in giro. Collins è più lapidario: «Ascolto molti dischi, mi tengo informato: sento i singoli che comprano mia figlia. Belli, ma se poi vai ad ascoltare l'album, crolla tutto: c'è stato un bel periodo tempo fa, uscivano gruppi come Police e U2, ma oggi? In questo senso si deve intendere anche il titolo dell'album («Noi non possiamo ballare», n.d.r.) perché noi ci siamo rifiutati di fare dance music, non ci interessa suonare il rap e legarci alle mode».

Sul tour è duro strappare no-

tizie precise. Rutherford parla di uno spettacolo misto, con pezzi vecchi e nuovi alternati: «Inizieremo in maggio negli Stati Uniti per essere fra giugno e luglio in Europa. Di certo sarà qualcosa di diverso, anche perché ormai le tante megaproduzioni finiscono per assomigliarsi e noi cerchiamo qualcosa di alternativo». E le canzoni? Banks si lascia scappare un: «So che il pubblico ama molto brani come *In the cage* e *Afterglow*...». Collins riassume il tutto: «È chiaro che non possiamo rifiutarci di fare vecchi brani, ma bisogna decidere fino a che punto tornare indietro. Anche perché molti nostri fan sono giovanissimi e forse non amano sentire canzoni più vecchie di loro. Comunque sarà uno spettacolo più semplice che in passato».



I tre Genesis: dopo 5 anni esce in questi giorni il loro nuovo album

## «We can't dance»: ai nuovi Genesis non piace ballare...

CHIDDINGFOLD (GB). Nelle campagne inglesi spira un venticcio penetrante, qualcosa che arriva dritto nelle ossa per suscitare brividi e accenni d'influenza. A un'oretta da Londra, nel Surrey, ci attendono tre signori sulla quarantina intenti a riposarsi dalle fatiche lavorative.

Lontani mille miglia paiono i frenetici tran tran di Covent Garden e Piccadilly Circus nella capitale, qui si respira aria diversa, tra verde diffuso e strumenti di relax: c'è persino un campo da tennis all'esterno in questa Fisher Lane Farm, dove Tony Banks, Phil Collins e Mike Rutherford hanno da poco ultimato il loro nuovo album come Genesis. Si siedono accanto ai giornalisti per un faccia a

faccia informale, mentre nel cucinotto a lato si scaldano del *chili* surgelato nel forno a micro-onde: nessuno avrà il coraggio di assaggiarlo. Ma di musica si deve parlare. E allora via.

Banks spiega come è nato *We can't dance*, il primo disco del gruppo da cinque anni a questa parte: «Volevamo divertirci, siamo entrati in studio di registrazione senza nulla di concreto in mano, dandoci completa carta bianca: l'improvvisazione è stata la molla decisiva del disco». Aggiunge Collins: «Oggi c'è molta più tolleranza fra noi, proprio perché ognuno ha una vita artistica al di fuori dei Genesis e questo crea importanti spazi creativi individuali: riusciamo così a