

Franco Zeffirelli a giudizio per diffamazione contro Fellini

Franco Zeffirelli di nuovo alle prese con la giustizia. Il 6 febbraio del '92 dovrà salire sul banco degli imputati della prima sezione penale del tribunale di Roma e rispondere del-

l'accusa di diffamazione nei confronti di Federico Fellini. Zeffirelli, infatti, aveva fatto pesanti insinuazioni, in occasione del passaggio in tv senza interruzioni pubblicitarie del film L'interista, sulle ragioni che avevano indotto i dirigenti Rai a risparmiare l'opera di Fellini. A disporre del rinvio a giudizio del regista fiorentino è stato il giudice per le indagini preliminari Francesco Monastero. Come controparte, Zeffirelli si troverà di fronte anche Federico Fellini, che si è costituito parte civile.

SPETTACOLI

Marionettista con i Colla, mimo con Dario Fo e poi attore popolare e di successo. Ecco il percorso artistico di un teatrante con un passato (e un presente) di impegno sociale e politico che non vuole dimenticare. Stasera debutta a Milano con «La commedia da due lire» «Io studio e copio molto, mi ispiro con la musica e nei miei lavori gioco a zona»

Quel rissoso, irascibile Paolo Rossi

Più che figlio è un «nipote» d'arte, ha un passato da militante anarchico e si dichiara ostinatamente di sinistra. Paolo Rossi, attore (stasera a Milano con la sua Commedia da due lire), si racconta in questa intervista: dai suoi trascorsi da marionettista all'esordio con Dario Fo, fino al successo e alla popolarità attuali. E tra le sue fonti di ispirazione ci sono il Living Theatre, i Sex Pistols e il calcio.

anche da un lato meno genericamente creativo. Teatro per me è anche lavoro, possibilità di sopravvivere e di guadagnarmi la vita. Per questo ho sempre inseguito l'acquisizione di una tecnica facendo di tutto: night club e teatro stabile, cantina e Shakespeare. Volevo capire il modo giusto di comunicare con il pubblico. Volevo cercarmi uno stile.

Ma per trovare uno stile avrai avuto dei modelli, dei maestri, dei punti di riferimento...

Io studio e copio molto. Copiare è una grande attività teatrale che ti mette in comunicazione con il passato, con la cultura. Fo mi ha spiegato tutto questo e mi ha anche spinto a lanciare il mio amore per il varietà. Credo in un teatro contemporaneo che parli di noi, ma ho il senso del passato. Un altro mio punto di riferimento è importante per chi ha visto i miei spettacoli, è la musica. Io non la uso come puro fatto esornativo, magari come canzoncina demenziale, ma all'interno di un discorso globale di performance, come faceva, anni fa, Frank Zappa. Ho avuto molti maestri nella ricerca del mio stile. Fo e Jannacci sono i due universalmente riconosciuti. Ma ho guardato anche a Fagiolino e a tutta l'«epopea Sandronica» (Fagiolino e Sandroni sono due burattinai della tradizione emiliana, ndr), a Molière, al jazz che voleva



Due immagini di scena di Paolo Rossi, l'attore milanese riprende stasera nel capoluogo lombardo con lo spettacolo «La commedia da due lire»

MARIA GRAZIA GREGORI

MILANO. Lo vogliono a Raitre per uno spettacolo «concepito in libertà» come tutti i suoi lavori. Nel suo futuro ci sarà, probabilmente, un Molière, magari con Carlo Cecchi. Malgrado sia stato raggliunto da una scomunica quando Operaccia romantica, il suo ultimo lavoro (e stasera ridebutta a Milano con la sua vecchia Commedia da due lire) è stato presentato a Carpi, Paolo «Little King» Rossi si sente sostanzialmente tranquillo e anche appagato per il grande successo. Come un pugile, infatti, si è abituato a studiare l'avversario, a capire dove l'aria. Inoltre pensa di avere una carta vincente da giocare: la sua diversità. «Tutti gli attori - sostiene - sono dei diversi per la vita che fanno, per le loro scelte. Essere diverso per un attore è il suo modo di guardare al mondo».

Paolo Rossi è uno che viene da lontano: quando si dice la predestinazione. Suo nonno, Armando Rossi, è stato attore anche con Renzo Ricci; sua

zia ha recitato in compagnie amatoriali in quel di Monfalcone città natale. E poi ci sono stati i viaggi, un po' qui e un po' là, senza radici e l'approdo a Milano «città terribile, ma di cui non potrei fare a meno». Dice: «Sono arrivato al teatro dalla politica. Formazione anarchica poi Lotta continua, poi vicino al Pci. Gruppi di base, canzonieri, occupazioni. Ho fatto il tecnico nella Compagnia marionettistica Colla. Un giorno si ammalò un attore e do per la prima volta la mia voce alle teste di legno. Ho frequentato un corso di mimo alla Scuola d'arte drammatica di Milano. Dario Fo cercava mimi per l'«Histoire du soldat» che stava mettendo in scena alla Scala. Mi ha preso, e nel gran casino di ruoli tipico degli spettacoli di Dario, mi ha fatto recitare».

Cosa ha significato la scelta del teatro per il militante Paolo Rossi?

Il teatro per me è sempre stato qualcosa di fondamentale.

reinventare la musica, guardando al mondo. Miei maestri sono stati il Living Theatre e i Sex Pistols che ho visto in un locale di Londra mentre Sid Vicious cantava una versione punk di My way di Sinatra. E miei maestri sono stati tutti quei comici sfortunati che non ce l'hanno fatta a vivere la loro vita perennemente su di un filo...

Paolo Rossi e la sua «banda», Paolo Rossi e il successo: come sei arrivato a costruirvi un gruppo?

Al successo ci sono arrivato dalla parte giusta, faticando, senza serial televisivo ma allargando il mio pubblico e costruendo un gruppo di perso-

ne che lavorano insieme. Con la mia «banda» - soprattutto Gino e Michele e il regista, Giampiero Solari - lavoriamo a inappia, a zona come si fa nel calcio. Si parte da un'immagine, da un'idea. Magari sono io a darla; ma subito mi rendo conto che era nell'aria, che altri ci avevano pensato. Poi l'idea si espande a macchia d'olio: un modo di lavorare collettivo, con grande rispetto della individualità creativa. La loro mi riconoscono lo status di «capo»; da parte mia sono il primo a tirarmi indietro quando la cosa rischia di essere troppo verticistica.

Come essere un capo avendo un cuore che batte a sinistra?

Sì, sono un comico di sinistra, che ha sempre voluto essere contro. Merito della mia formazione anarchica libertaria, che mi ha seguito sia in Lotta continua che nello stare vicino al Pci, magari con posizioni critiche. Sì, Paolo Rossi è, e resta, di sinistra, libertario e comunista. Non mi impressionano i cambi di nome o di simboli, che posso anche accettare. Ma fino a quando esisterà sfruttamento, divisione in classi ed emarginazione il mio cuore non potrà non battere a sinistra. Né mi sento un orfano. Oggi in molti mi chiedono come mi sento dopo la caduta del socialismo reale. Rispondo «benissimo». Dico che mi è simpaticissimo Gor-

bacio che, considerandosi e dicendosi comunista, fa cose che qualsiasi comunista vero farebbe al suo posto.

Ma oltre che come vocazione libertaria, come sguardo al mondo, in che modo la politica influenza il tuo teatro e la tua vita?

Partecipando ai problemi degli altri. Essendone un po' la cattiva coscienza. Il teatrante non può avere una vita come tutti, lo deve sapere fin dall'inizio. Eppure conosce anche la contraddizione di vivere comunque la vita, di avere rapporti, di fare figli, sapendo di non essere come gli altri: il che è un grandissimo casino. Fare un teatro «politico», poi,

non vuol dire inventare una battuta su Craxi, ma tenere alta la curiosità, capire dove vanno le cose: noi abbiamo fatto l'Opera da due lire impostandola sulla Duomo. Conoscere prima che scoppiasse lo scandalo. Bisogna cercare di invecchiare il meno possibile, non codificare niente, non cadere nella routine. Per questo abbiamo bisogno di persone intelligenti al nostro fianco in un rapporto vigile e complicato che non è assolutamente la coppia aperta che sono fregnacce. No. Un atteggiamento «politico» nella vita per me significa un rispetto più alto per la persona che è con te. La maturità dopo la passione. Anche i figli dei tea-

tranti sono diversi. Mio figlio Davide ha quattro anni, lo rispetto. Devo lasciargli il senso della sua storia: è figlio di attori, deve sapere cosa vuol dire. Anche se, visceralmente, per me lui significa le cose più profonde della vita, il valore «politico», cioè umano, più alto.

Cuore, intelligenza, curiosità: cosa conta di più per Paolo Rossi?

Il cuore. Perché il cuore è il palpito, l'emozione, la capacità di capire, la voglia di cercare. Anche l'intelligenza è importante ma non deve essere saccente e viene sempre dopo il cuore, la passione, quando tutto diventa adulto.

LE ALTRE TV

Videomusic, siamo giovani ma cresceremo

Il passaporto dell'emittente: budget, ascolti e iniziative

Videomusic inizia le trasmissioni il 2 aprile 1984. Il fatturato iniziale è di 1 miliardo e mezzo, nel '90 supera i 32. La pubblicità è gestita dalla Publicitas (Sipra). Proprietà: Beta Television spa, capitale 10 miliardi di lire, presidente Manalina Maruccci. Direttore generale: Pier Luigi Stefani. Il segnale: copre l'80% del territorio. Ascolto: circa 6 milioni e 300 mila ascoltatori al giorno quello globale (nel secondo semestre '90 era di 3 milioni 900 mila). Fonte massima fra le 20.30 e le 23 (un milione e 800 mila spettatori) e tra le 18 e le 20.30 (un milione 700 mila). Secondo un'indagine sul secondo trimestre '91, ci sono 3 milioni 300 mila maschi e 2 milioni 900 mila femmine. Target: dai 12 ai 45 anni. Staff: 95 persone che lavorano al Ciccio, a Roma e a Milano; producono una media di 8 ore al giorno di programmi. «Musicfax»: attivato da due anni, lo può ricevere chiunque abbia il televisore predisposto per il Televideo. È un giornale musicale telematico, gratuito, funziona 24 ore su 24.

STEFANIA SCATENI

ROMA. Dal terrazzo azzurro di un grattacielo grigiolino si affacciano due giovani giornalisti per raccontarci cosa accade là sotto, nella metropoli simbolica che circonda il balcone. Da questo osservatorio «urbano» parlerà tutti i giorni (meno il sabato e la domenica) il notiziario di Videomusic, il VM Giornale, oggi (alle 19.30) al suo primo appuntamento con il pubblico. Niente mezzibusti, informazione veloce, molto spazio alle inchieste e agli approfondimenti, un linguaggio semplice: questa la formula del notiziario destinato ai giovani, il primo tg a «larghe contorni» della televisione italiana. Era stato un vecchio sogno del Tg3 quello di specializzare le edizioni dei suoi notiziari rivolgendosi a precise fasce di utenza (le donne, i giovani...), progetto che è stato poi soppiantato dalle altre formule adottate. Ora ci prova Videomusic, forte del consenso di pubblico che ha ricevuto nei suoi sei anni di vita. Se Videomusic è una rete soprattutto musicale, VM Giornale non sarà però un notiziario musicale. «Il progetto della nostra rete - spiega il direttore Pier Luigi Stefani - è stato fin dall'inizio quello di diventare un'emittente per i giovani. Videomusic è stata originale, unica e ben accolta; non può però limitare la sua offerta alla musica, deve espandersi, soprattutto all'informazione». Un'informazione (bene preziosa che un po' per calcolo e un po' per dovere - secondo quanto detta la legge Mammì - le televisioni stanno riscoprendo) che sarà a tutto campo. «Ci occuperemo di tutti gli argomenti», illustra Daniela Brancati, direttore di VM Giornale. Sono convinta che i giovani non sarebbero disinteressati alle notizie economiche o a quelle politiche se fossero date in maniera comprensibile. Noi useremo quindi un linguaggio semplice e immediato, cercheremo di chiarire il contesto nel quale le parole si inseriscono». Oltre alla comprensibilità, l'altro «bene prezioso» del VM Giornale, che avrà una durata complessiva variabile dai 12 ai 20 minuti, sarà la sintesi. «Il notiziario generale - continua Daniela Brancati - durerà al massimo tre o quattro minuti. Lo spazio maggiore del tg è invece dedicato alle rubriche e alle

Nata nell'84 come contenitore di clip, vuole diventare una rete per le nuove generazioni. E da oggi propone il suo telegiornale: semplice, veloce e senza mezzibusti

Debutta oggi alle 19.30 VM Giornale, il neonato notiziario di Videomusic. Realizzato da giovani e rivolto a un pubblico giovane, è un altro tassello che l'emittente ha sistemato per trasformarsi da contenitore di videoclip a punto di riferimento via etere per le nuove generazioni. Con Videomusic, iniziamo un viaggio tra le «altre tv», tutte quelle reti che vivono accanto, e nonostante, il duopolio Rai-Fininvest.



Shane McGowan, dei Pogues: ieri uno special per loro su Videomusic

ALBA SOLARO

ROMA. Era il 2 aprile del 1984 quando Videomusic iniziava le sue trasmissioni: primo clip spedito nell'etere, All night long di Lionel Richie. Da allora la rete di Castelvecchio Pascoli non ha mai smesso di inondare i piccoli schermi italiani con colori e le forme veloci dei clip musicali, i volti, le voci, di rockstar, cantautori, eroi grandi e piccoli dell'universo musicale; uno scarto estetico nettissimo rispetto alle immagini proposte nel corso della giornata dalle altre reti. Certo nel tempo si è un po' diluito il dirimente effetto che i video-clip ebbero all'inizio degli anni Ottanta; tant'è vero che l'industria discografica si è prontamente adeguata, e il clip da mezzo di promozione è diventato esso stesso merce (molti negozi di dischi, negli ultimi due anni, hanno aperto una sezione home-video musicale). E tuttavia, «Parlare di morte del clip - commenta il direttore di Videomusic, Pier Luigi Stefani - è un po' come dire che sono morti gli spot pubblicitari. E poi, quando abbiamo iniziato, il fatturato delle case discografiche in Italia era di cento miliardi, oggi è di ottocento miliardi; i clip dunque a qualcosa sono serviti. Comunque, quando siamo nati, nell'84, il nostro obiettivo non era solo quello di trasmettere clip. Allora come adesso lavoriamo per arrivare ad essere un'emittente completa per i giovani, estrapolando le loro esigenze e rappresentandole con un linguaggio originale ed unico». Il pubblico giovane, quello tra i 15 e i 25 anni per intenderci, è sempre stato l'anello debole della tv formato famiglia; guardano poco, si annoiano presto. Con Videomusic in Italia (e Mtv in America, o Music Box nel nord Europa), questo pubblico è balzato al centro, è divenuto il principale referente di network specializzati che si rivolgono a loro usando il linguaggio più efficace per arrivare ai giovani, la musica. «Sul piano del modello - continua Stefani - abbiamo rotto con la televisione paludata, seriosa, fatta e pensata per un pubblico medio». E infatti il loro palinsesto sembra ricavato più dal modello delle «radio libere» che da quello della tv commerciale: il flusso dei programmi, la figura dei vee-jay (i disc-jockey che animano la fascia intitolata

On the air), persino la ricerca del contatto diretto col pubblico, richiama l'esperienza radiofonica.

«Dall'89 - spiega Stefani - abbiamo istituito un servizio teletext chiamato Music fax, una sorta di giornale musicale telematico che comprende fra le altre cose una messaggeria che restituisce il rapporto diretto con gli utenti, e che garantisce informazioni aggiornate sui nostri programmi, sui concerti, le novità, 24 ore su 24». Un servizio che apre già gli orizzonti di Videomusic sulla «tv interattiva» che pare trionferà nel nostro futuro. Intanto nel futuro di Videomusic c'è molta musica ma sempre più impegno nell'informazione; fino ad ora durante la giornata passavano i notiziari in inglese presi da Superchannel (emittente europea via cavo e via satellite acquisita nell'88 dalla Beta Television, società proprietaria di VM), ma adesso la rete è pronta a varare il suo telegiornale, venti minuti di notiziario di riflessione che di cronaca - spiega Stefani - Se la Rai cancella le inchieste, io invece voglio partire proprio da lì, abolendo il politico; voglio affrontare questioni importanti di politica italiana, per esempio le riforme istituzionali, con linguaggi che spieghino queste cose ai giovani, anziché allontanarli». In quest'ottica rientrano anche le iniziative che Videomusic ha promosso con il marchio «Suoni di pace» il concerto a Firenze per Tien An Men, la manifestazione per la pace in piazza San Giovanni a Roma, la marcia a Reggio Calabria. E prima ancora c'erano state le co-produzioni con la Rai: il concerto di Amnesty International e quello per Nelson Mandela allo stadio di Wembley. E ancora, le collaborazioni con Greenpeace (il programma Rainbow), l'impegno sui temi dell'ecologia, del razzismo, dei diritti civili. Evidentemente non ci si può rivolgere ai giovani ignorando tutto questo. E con gli anni la scelta di Videomusic si è rivelata vincente: partita con un fatturato di un miliardo e mezzo, oggi ha raggiunto i 40 miliardi. Ogni giorno si sintonizzano sulle sue immagini circa sei milioni di spettatori, di età compresa fra i 14 e i 40 anni. Molti nelle fasce notturne (specie per Blue night) dalla 20.30 alle 23 sono circa un milione e 800 mila.