

Spettacoli

IL CASO. Il manager della rete Usa: «Se ci date le frequenze, saremo la vostra tv musicale»

Videomusic aspetta Ma il suo futuro sarà di cambiamento

Bocce ferme, per ora, a Videomusic. I dirigenti della rete acquistata da Vittono Cecchi Gori una decina di giorni fa aspettano ragguagli sul loro futuro. Cardini, manager della nuova proprietà, non si sbilancia ma annuncia che, piano piano, la rete cambierà volto. E ai milioni di teen-agers «orfani» del network culturale tenderebbe volentieri la mano Mtv Europe. «Se ci dessero la possibilità tecnica, saremmo pronti a raccogliere l'eredità di Videomusic».

ROMA. A dieci giorni dal passaggio di proprietà e nonostante il flondegio di indiscrezioni lette sui giornali, le bocce a Videomusic sono ferme. Vittono Cecchi Gori è negli Stati Uniti. Fino alla fine di marzo comunque la società risponde al Gruppo Maruccci. Paolo Cardini, l'uomo di Cecchi Gori per Videomusic, si è mosso finora solo con un primo giro di incontri di orientamento con i dirigenti del network toscano. La prossima settimana se ne prevedono altri. È intanto il palinsesto di Videomusic va avanti così come è stato impostato all'inizio della stagione.

Il direttore generale Bizzam attende la prossima settimana, quando presumibilmente il Cecchi Gori Group esporterà le sue idee su Videomusic. Meno tranquillo sembra il direttore dei programmi, Alberto Tonti. «Spero di parlare con qualcuno e invece siamo ancora in sospensione acuita nel limbo per dirla come Tana De Zulueta», ci dice Tonti. E intanto aggiunge: «anche le aziende interessate a investire pubblicità nella rete sono costrette ad aspettare. L'incognita è pesante: quali sono le intenzioni? Che fine faranno i 120 dipendenti della rete e i nove milioni di persone che la guardano ogni giorno?».

La nuova proprietà assicura che i livelli occupazionali non saranno toccati. Anzi. Vittono Cecchi Gori ha recentemente detto che ogni volta che ha rilevato un'impresa ha sempre aumentato l'occupazione. «Non a parole nei fatti». Certo è che se l'intenzione di fare di Videomusic la base per la costruzione del Terzo Polo è verosimile, il numero di suoi dipendenti attuali non sarebbe sufficiente. Ma è un dato che non è una rete candidata a diventare il terzo polo tv nazionale non può rimanere canale fortemente targettizzato come è attualmente Videomusic.

Ma Paolo Cardini dice che a tutt'oggi non c'è nessuno scenario pronto per il network toscano. «Bisognerà mettersi a sedere, vedere, discutere, specificare con un forte accento toscano. E il palinsesto di film e sport annunciato da Cecchi Gori? È pacifico», risponde Cardini. «Che vuole che uno come Cecchi Gori compri una tv e non mandi in onda i film? È logico». Ma per il momento ribadisce: non si parla di cambiamenti. «Videomusic rimane così com'è». Certo è però che la sede del network non rimarrà «via natural» durante il Ciocco, ma si trasferirà a Firenze. E che sempre per il momento i dipendenti non devono preoccuparsi. Come sempre succede dopo i cambi di proprietà (la Rai insegna) i nomi che girano per i vari titoli sono solo quelli del settore dirigenziale. A Cecchi Gori piacerebbe avere Furio Colombo, ma non si sa ancora cosa ne pensa l'interessato. Ed è certo infine che Videomusic «diventerà piano piano un'altra cosa, senza però cancellare la musica», spiega Cardini. E, ancora, lo stesso Vittono Cecchi Gori ha spiegato personalmente dall'America a qual è la sua tv ideale e quindi, presumibilmente, come dovrà essere la sua televisione: «una televisione libera, coerente con i miei ideali, con dei professionisti con l'accesso garantito a tutti, senza palette con le notizie, contro nessuno e a favore di nessuno». E il Partito popolare e Bernabei? A chi disegna uno scenario «sinergico» tra Ppi e Opus Dei dietro l'acquisto di Videomusic, Cecchi Gori ha finora risposto che non la politica non c'entra con l'operazione e neanche Bernabei che assente. «Vittorio non vede da mesi. Ma dietro l'imprenditore fiorentino aleggia anche il fantasma di Berlusconi: le sinergie tra i due gruppi sono state numerose dalla Penia a Teletip, entrambe «molte» con una divisione almeno formalmente pacifica e il rischio che l'acquisto di Videomusic si trasformi in un'unica concentrazione dell'etere nelle mani di pochi, viene paventato. Ma anche su questo campo Cecchi Gori si mostra combattivo e assicura di essere uno dei pochi in Italia capace di tener testa a Berlusconi e perfino di trattarlo male qualche volta. Non resta che aspettare e vedere. □ S.S.



Il disc jockey a cartoon di Mtv in una pubblicità comparsa sulla rivista Rolling Stone

Mtv: «Italia arriviamo noi»

STEFANIA SCATENI

ROMA. Videomusic è morta, presumibilmente non ci sarà più in Italia un canale per i giovani. Mtv è in grado di realizzarlo, dateci la possibilità di farlo, potremmo assorbire anche tutti i dipendenti di Videomusic. L'annuncio l'appello ai nostri politici arriva da Sebastiano Musini, responsabile per l'Italia di Mtv.

Già Mtv, il colosso televisivo interamente dedicato alla musica (diffuso in 58 paesi grazie alle affiliazioni Mtv-Europe, Australia, Japan, Brasil, Asia, ma il suo ombrello sul mondo continua ad allargarsi a dismisura) si candida a garantire ai teenager italiani la «loro» rete musicale. Certo, le difficoltà non mancano (avete presente la situazione del nostro etere e la precarietà del sistema legislativo in merito?) e neanche ci assicura Musini le preoccupazioni. Prima dell'arrivo di Vittono Cecchi Gori, tra Mtv e Videomusic correvano buoni rapporti e progetti da mettere in cantiere insieme.

Allora, Musini, cosa è che vi preoccupa?
Questo passaggio di proprietà

Eravamo abituati a convivere con la concorrenza di Videomusic. Io ero molto attento alla scena italiana, non più europea. Poi abbiamo notato le difficoltà che il network del Gruppo Maruccci stava attraversando. Allora abbiamo pensato che forse non ci poteva essere per loro un partner migliore di Mtv. In fondo siamo parenti. Così sono iniziate delle trattative per l'acquisto di una quota di Videomusic, pensavamo a una specie di joint venture per dar vita al migliore canale tv dedicato ai giovani. C'eravamo persino illusi di essere arrivati a buon punto quando il Gruppo Maruccci ci comunicò che invece c'era qualche problema.

Il problema Cecchi Gori. Nelle interviste che ha finora rilasciato, il nuovo proprietario sembra intenzionato a cambiare radicalmente la natura di Videomusic.
Si infatti ci preoccupa molto che il nostro mercato vada indietro invece di crescere. Se verrà cancellata Videomusic, una delle ultime e migliori innovazioni televisive verrà spenta. L'unica voce di una

certa fascia di pubblico e ci ritroveremo soli sulla piazza. Attualmente abbiamo una copertura limitata del territorio, andiamo in onda sei ore al giorno su otto reti regionali.

Ma come, non vi interessa rimanere soli sul mercato?

Diciamo che è una sorta di premio di consolazione, se noi e Videomusic ci sposavamo era meglio. Intanto perché attualmente non abbiamo le stesse opportunità per garantire lo stesso servizio di Videomusic. E in Italia non c'è né cavo né satellite. Ritrovarsi soli ci investirebbe molto di una responsabilità di quella di capire quali spazi potremmo garantire alla musica italiana. Mtv non aveva questo interesse, dato che c'era già Videomusic. Però non siamo del tutto impreparati su questo: il satellite Vh 1, lanciato l'anno scorso in Gran Bretagna e venerdì scorso in Germania, diffonde un canale musicale per un target più adulto di Mtv dedicato alla musica nazionale. In Italia è vero è tutto molto più complicato, la tecnologia offre enormi possibilità, ma non c'è volontà di fare. Certo, saremmo molto felici se potessimo avere le frequenze necessarie per coprire l'intero territorio. Forse questo è il momento adatto, se le parti opportunità non è soltanto un termine vuoto.

Avete già un progetto da mettere a punto?

Non c'è un progetto, ma ci stiamo lavorando. Vogliamo raccogliere l'eredità di Videomusic. Se potessimo diventare un canale nazionale, potremmo assorbire tutti i dipendenti di Videomusic, potremmo offrire spazi alle case discografiche italiane, alle aziende che sono interessate al target di video produttori e mantenere viva una voce che altrimenti sarebbe destinata a sparire.

Attualmente come è strutturata Mtv Italia?

L'ufficio che ha sede a Milano è stato aperto nel '90. Ci lavorano compreso me cinque persone. Siamo sul satellite dall'87, ma il mercato italiano è strutturato in maniera tale che fin tanto che il numero delle parabole rimane così basso (ce ne sono ora circa 300mila) non è possibile fare un lavoro serio.



Il drammaturgo tedesco Heiner Müller. Enzo Barberi/Contrasto

TEATRO. Ribaltone all'Ensemble tedesco. Se ne va Zadek, rivale del maestro

Berliner, ora comanda Heiner Müller

Se ne va Peter Zadek, accusando di «fascismo» la cultura teatrale dell'Est, affonda tra le polemiche l'esperienza della direzione artistica a cinque e Heiner Müller resta praticamente «padrone» del Berliner Ensemble. Nei progetti del drammaturgo un lavoro sulla storia della Rdt, una trilogia di Beckett e la trasformazione di Gregor Gysi in attore. Ma soprattutto molto Brecht. Una *Resistibile ascesa di Arturo Ui* con Bernhard Minetti

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE

PAOLO SOLDANI

BERLINO. Eravamo tutti troppo (e così) per continuare a lavorare insieme. È la prima spiegazione di Heiner Müller. La seconda è più raffinata: conta le più filosofiche e una maggiore dose di verità. Il Berliner Ensemble è una specie di paraghigno di un'unificazione tedesca, all'inizio ha prevalso la reciproca compassione che ha permesso gli uni agli altri per pian piano sono venute fuori le differenze. Le cose che di vedono e capite com'è «più ci si conosce e meglio si vuol sapere gli

uni degli altri». Reduce da una brutta operazione e da un lungo soggiorno negli Usa il più noto amatore e contestato drammaturgo tedesco si è presentato ieri ai giornalisti per spiegare l'ennesima contorsione del più inquieto teatro berlinese. Giorni fa sbattendo la porta nel modo più rumoroso possibile se ne è andato Peter Zadek e quello che pochi mesi fa era parso il miracolo, la direzione collegiale rappresentativa delle diverse tendenze attuali del teatro tedesco (dell'est e dell'ovest) si è dissolta tra non proprio nobilissime recriminazioni. Zadek, cultura e gusti molto (troppo?) *made in west* ha accusato i teatranti orientali niente di meno che di «tendenze fasciste», intendendo con ciò ha spiegato qualche eseguita il gusto troppo astratto e declamatorio. L'attitudine un po' eccessiva a *épater le bourgeois* della scuola creata nella fu Rdt, il riferimento a Müller era, con ogni evidenza, niente affatto incidentale. La partenza di Zadek ha scompaginato definitivamente il modello del «pentapartito» inventato due anni fa per salvare e rilanciare il teatro che fu di Bertolt Brecht. Dei cinque *Intendanten* restano in funzione con Müller Fritz Marquardt che è sempre stato un po' defilato e la bravissima attrice Eva Mattes, la quale però si sapeva di volersi dedicare, soprattutto al suo progetto del *Nachgeliebte* che dovrebbe ospitare opere di giovani drammaturghi.

La quota economica di Zadek (25mila marchi) dovrebbe essere rilevata dall'attuale direttore amministrativo Peter Sauerbaum, il quale tuttavia non avrebbe alcuna ambizione dirigenziale. Insomma per farla breve tutto il potere (artistico) si concentra nelle mani del sessantottenne Heiner Müller. E lui un po' provato dalla malattia ma niente affatto dalle polemiche, ricorrendo sui rapporti avuti a suo tempo con la Stasi (sarò stato ingenuo a pensare di poter tener testa agli spioni della polizia politica) ma non sono comportato sempre onestamente», si è lanciato subito sui programmi futuri. Nei quali, senza troppe inibizioni, il Müller direttore avrebbe veduto anche un bel po' di Müller autore. Dovrebbe essere parecchio di suo, ad esempio nel lavoro su materiali della storia e del teatro della Rdt che dovrebbe essere allestito con la regia parca del discusso (e da Zadek contestato) Einar Schickel. Frank Astorf invece si preparerebbe a portare al

Berliner una riduzione della *Wolfsburger Chaussee* (autore sempre lui Müller) in cui farebbe il proprio debutto come attore lo scappato *patron* della Pds Gregor Gysi. Vorrebbero finire poi in cartellone un *parcchetto* di Beckett (*Finale di partita*), *Aspettando Godot* e *Giorni felici*, nonché un ricco programma di *brechtologia* (vista anche del *ma* non lontano da un recente nel '98) e di altro.

L' allontanamento di Zadek, protagonista di una lunga e sfortunata

LA TV
DI ENRICO VAIME

L'amore, sentimento «terribile»

MENTRE TUTTO fa pensare il contrario, la tv ci propone in un martedì sera tanto qualunque (il ultimo) una parata di sentimenti: una fiera amorosa come se providamente volesse rassicurarci che fra le ceneri di questa società che ci racconta brillano ancora diamanti di passioni da non ignorare. Ecco perciò *Amanti* su Tmc, e *Una copia alla deriva* in pendant con *Cinque del cuore* su Rete 4 e *Leila*, le ragioni del cuore di Canale 5 e ancora in periferia un altro *Amanti* (televisione di Tv Voxson) e *Due tipi d'amore* (Tre), tutti insieme in un overdose che può distrarre dalle pene d'una quotidianità altrimenti disarmante e nella quale non si sanno più distinguere i sentimenti dalle coliche e quando uno fa una cazzata non lo capisce, ma si rimette ai problemi. «Terribile» come dice in romanesco il testimone del film *Fininvest* in difesa della Marina Carini? Sono scennette con lo stesso protagonista maschile di Periana e Ferrarelle in cui si verifica quel che forse qualcuno aveva sospettato: «lui» cerca di convincere in qualche modo «lei» ad andare a casa sua. Potenza dell'amore? No, potenza della tv. Il giovane non vuole tanto la compagnia di lei quanto vedere i programmi possibilmente senza tutte quelle interruzioni pubblicitarie. Specie i film. Pare si voglia fare qualcosa per regolamentare ed arginare questi spezzettamenti, si dicono i due. Ma la ragazza spiega che questa sarebbe una catastrofe senza pubblicità, mentre film caro il mio signorino. Questa è la legge del libero mercato selvaggio o li becchi *Amorcord* feroce Bergman a sprazzi. Antonioni a pezzi e bocconi. Visconti riprova o rischia. Le vuoi le tre reti Fininvest? Questo è lo scotto da pagare e chi ci va di mezzo ci va di mezzo. E il partner della scenetta se ne esce con quel «terribile» che la dice lunga e del tuo nel dialetto dei più diffidenti, i meno sensibili al business i più lontani forse dalla mentalità neopopolaristica che sa riflettere sulle motivazioni mercantili che giustificano tutto, anche il trust editoriale. Quegli spot non sono regolati, lo dovrebbe capire al volo invece, anche in questo caso si ricorre ai problemi.

ROMA. Si USA così. Anche se è un errore terribile. Eppure la scenetta propagandistica è ben realizzata e parte anch'essa da un ipot efficace: il corteggiamento il rapporto uomo-donna in ultima analisi si potrebbe dire l'amore. Ah, quanto si parla d'amore in tv. Persino di morte di Persino in programmi non specifici come *Chi l'ha visto?* che ha offerto l'altro ieri una squarcio imprevedibile su certi sentimenti. L'amore di una figlia e la sua disperata e sfortunata ricerca della madre scomparsa da quasi vent'anni. Manuela Fiorelli è una bella ragazza che ha subito conseguenze dolorose dalla separazione dei genitori, sventolando riflessi assurdi e sognando di risolvere quel distacco dalla mamma. *Chi l'ha visto?* è riuscito a far incontrare madre e figlia attraverso un collegamento televisivo che ne esaltava la drammaticità quasi anacronistica rivelando (questa è la forza del mezzo) che con la sua vent'anni aveva molte sovrastature, la sprovvedutezza degli umani posti di fronte a realtà imprevedibili. Manuela è la madre non si capiscono parlano due lingue diverse, la donna francese la figlia italiana. Si guardano turbate, quasi irrite da un evento fatalmente immaginato in maniera diversa. Hanno bisogno di un tramite, quello della conduttrice e che si addice le poche parole del monologo *transvolante* per un audio-imprevedibile (la signora dice se abbiamo capito bene che non ha potuto negli anni e così la figlia abbandonata perche nel frattempo ha avuto altri cinque figli. Ha detto così. Ma questo cambiamento non ha inciso sul incontro che era tutto nell'immagine nelle espressioni di un protagonista nell'aspettativa delle due donne che si sono ritrovate diverse e si guardano così come sono commosse e sbalordite. Momento di grande emozionalità, verifica del potere del medium e come sempre in queste usi il dubbio che i reali e i suoi fantasmi brutti e il sogno normalizzati. Come forse è giusto che sia.