# Spettacoli

**IL CASO.** Le decisioni sul complesso della Tuscolana alla stretta finale. Parla l'amministratore unico Arnone

# Cinecittà privata?

## «Ma Cecchi Gori non è la soluzione»

A che punto è la privatizzazione (totale o parziale) di Cinecittà? L'amministratore unico della società, Giovanni Arnone, lancia un grido d'allarme. «Abbiamo ridotto il deficit e razionalizzato le spese, però senza un piano di innovazione tecnologica non usciamo dalla crisi». Il dirigente esclude una privatizzazione «generalista», ma secondo alcuni starebbe tornando a galla l'ipotesi Cecchi Gori. A quando una decisione del governo?

MICHELE ANSELMI

■ ROMA «Non è che siccome Sylvester Stallone fa un film da 50 milioni di dollari a Cinecittà si risolvono tutti i problemi. Bisogna darsi da fare, elaborare dei piani, inventare nuovi mercati. Io ho dato un'indicazione. Il mio progetto di rilancio non va bene? Proponetemi un'altra soluzione, ma parliamone».

L'avvocato Giovanni Arnone ha assunto l'aria del manager. Completo blu di ottima sartoria, telefonino, pranzo frugale a base di prosciutto e insalata scondita, l'amministratore unico di Cinecittà sembra preoccupato. Che fine ha fatto la privatizzazione (totale o parziale) ritenuta da tutti irrinviabile? Della famosa soluzione Cecchi Gori, proposta dal senatore Squitieri ai tempi del governo Berlusconi, nessuno parla più, anche se il produttore toscano non sembra aver rinunciato all'idea di gestire, attraverso un canone annuo di circa 5 miliardi, i servizi di Cinecittà. In compenso, il sottosegretario D'Addio, d'intesa con i ministeri del Tesoro e dell'Industria, starebbe per nominare un *advisor* con il compito di elaborare a tempi stretti un piano di privatizzazione del Gruppo pubblico cinematografico. Riflette Arnone: «Va benissimo. Ma mi domando solo se una struttura del genere possa essere gestita esclusivamente secondo criteri di efficienza industriale. Una cosa è la Stet. Una cosa è Cinecittà. Esistono problemi di politica culturale, di difesa dei livelli occupazionali, di salvaguardia di un marchio apprezzato in tutto il mondo».

### Un piano in sette punti

Depositato presso la palazzina dell'Ente cinema c'è un piano di rilancio già approvato, pur con qualche riluttanza, dal consiglio d'amministrazione. Sette i punti che Arnone ha individuato come «vitali» per evitare che Cinecittà chiuda i battenti. Partendo, naturalmente, da una premessa: «Considero sbagliata l'idea di una privatizzazione "generalista". Non c'è bisogno che Cecchi Gori diventi socio azionista, al 49 o al 51%, con il rischio tra l'altro di svendere sostanzialmente Cinecittà agli americani. Anche se capisco il suo ragionamento: "Sono il più importante distributore di film statunitensi. Se posso dire agli americani che a Cinecittà ci sono io, loro si fideranno e torneranno numerosi come un tempo"».

Arnone scorre lentamente le sei paginette del piano. L'idea-base è quella di arrivare ad una semi-privatizzazione «mirata», attraverso una serie di accordi sui settori da sviluppare. «Apriamo pure ai privati, ma con un meccanismo di accorpamento e non di scorporo. È inutile prendersi in giro e cullarsi nell'illusione che il cinema italiano produca ancora 200 *film all'anno*. Quei tempi sono finiti. Cinecittà deve puntare sulla *fiction* televisiva. Abbiamo bisogno di commesse e allora perché non stipulare dei contratti con la Rai e la Fininvest per girare qui il maggior numero di sceneggiati? Tra l'altro, l'attuale situazione valutaria potrebbe favorire l'arrivo delle compagnie francesi e tedesche. Babelsberg non è decollata perché costa troppo. Noi potremmo offrire invece uno stabilimento a ciclo completo».

Naturalmente, tra il dire e il fare c'è di mezzo il cinema. Arnone non nasconde la scarsa competitività di certi reparti di Cinecittà, come il Laboratorio di sviluppo e stampa e il Cinefonico. Il primo lavora al di sotto delle proprie possibilità, preferendo gli americani – che sono poi quelli che stampano più copie – servirsi della Technicolor; il secondo *non ha retto finora* alla concorrenza dell'International Recording. E, pur tuttavia, accordi di collaborazione sembrano possibili: «Basta darsi da fare», spiega l'amministratore unico. Il quale, più di ogni altra cosa, sembra puntare sulla nascita di un «villaggio digitale» in grado di offrire servizi di nuova tecnologia (sarebbe allo studio l'acquisto del sistema Cineon della Kodak) sui versanti della conservazione, degli effetti speciali, dell'elaborazione computerizzata.

Vabbè, ma perché solo ora tutto quest'attivismo propositivo? Il 31 dicembre del '96 scadono gli assetti dirigenziali del Gruppo pubblico e c'è chi guarda con sospetto ai moltiplicarsi delle iniziative a effetto. Come la mega-mostra sul cinema italiano (9 miliardi di costo?) che aprirà i battenti a ottobre. «Io posso parlare solo per me», taglia corto Arnone. «Mi ci è voluto un anno per capire come funziona Cinecittà. E nel frattempo ho ridotto di parecchio le spese di rappresentanza, ho bloccato gli aumenti, ho snellito la dirigenza, ho dimezzato del 50% per cento le perdite: 8 miliardi in meno rispetto allo scorso anno».

### Stallone, dal 28 agosto

Certo è che, resti o no Arnone, il *futuro di Cinecittà è comunque* legato a un'ipotesi di rinnovamento tecnologico e di diversificazione produttiva sul fronte audiovisuale. Oggi che i «generi» sono morti, che senso ha rimpiangere le bighe, le attrici in tunica e le comparse accampate sotto i pini? Nostalgie ridicole. E se non ci fosse Sylvester Stallone, che con il suo «catastrofico» *Daylight* dal 28 agosto occuperà tre teatri di posa più un tunnel di 50 metri costruito apposta, ci sarebbe poco da stare allegri. D'altro canto, la sopravvivenza del marchio cinematografico non può essere affidata alla presenza «seriale» di Funari, Baudo, Bonolis e compagnia bella.

«Se dovessimo vivere solo per la tv, faremmo meglio a chiudere», ammonisce Arnone, che, con spirito realistico, tende a non sopravvalutare *il cosiddetto ritorno degli* americani. «Stallone non fa primavera, anche se ci porta un filmone da 50 milioni di dollari». Ma forse il peggio è passato. Tra film in lavorazione e di prossima realizzazione, sono una quindicina i registi che hanno scelto Cinecittà: dai Maselli di *La demolizione* all'Argento di *La sindrome di Stendhal*, dai Ferreri di *La casa dei poveri* ai Benvenuti di *Ivo il tardivo*, per non parlare di D'Alatri, Veronesi, Brass, De Crescenzo, Spano, Bellocchio e dell'inglese Anthony Minghella.

«L'importante è tutelare l'integrità funzionale, patrimoniale, istituzionale e programmatica del "complesso Cinecittà"», avverte Arnone. Insomma: i terreni e gli immobili non possono che restare in mano allo Stato. Lo scempio di Cinecittà due è sotto gli occhi di tutti, come un monito di cemento che *pesa sulla credibilità futura del* Gruppo (anche se le responsabilità non ricadono sugli attuali dirigenti).

### Le ipotesi di Lega e An

Difficile dire, a questo punto, che strada imboccherà la privatizzazione di Cinecittà. Da un lato, la Lega continua a chiedere lo smantellamento dell'attuale assetto del Gruppo e la formazione di una società unica; dall'altro, Alleanza nazionale è spaccata tra l'ipotesi Cecchi Gori propugnata da Squitieri e la demagogia para-sindacale agitata da Gramazio (popolarissimo tra i 350 lavoratori del Gruppo). Magan la via giusta sta nel mezzo: così com'è Cinecittà rischia di diventare un marchio glorioso senza sostanza, mettiamo da parte la retorica sui bei tempi andati e vediamo di farne un'impresa mista capace di sfidare sul serio Pinewood e Babelsberg.

### Da Brass a «Sly» ecco cosa si gira

**Periodo positivo per Cinecittà? Si direbbe, a giudicare dal numero di film in lavorazione negli studi sulla Tuscolana, o da quelli di prossima realizzazione. Un'estate rossa, specialmente se paragonata ai magri mesi passati in cui i teatri erano in funzione solo per la registrazione di programmi televisivi. Ma ecco nomi e titoli. Stanno girando Luciano De Crescenzo per il suo «Croce e delizia», Alfredo Angeli per «Con rabbia e con amore», Tinto Brass per «Fermo Posta», Angelo Longoni per «Uomini senza donne», Massimo Spano per «Marciando nel buio», Alessandro Benvenuti per «Ivo il tardivo». Ancora, tra i film che presto verranno girati a Cinecittà, «Bravo Rendi» di Alessandro D'Alatri, «Cuori al verde» di Giuseppe Piccioni, «Sindrome di Stendhal» di Dario Argento, «Silenzio si gira» di Giovanni Veronesi, «La casa dei poveri» di Marco Ferreri, «Viaggio di nozze» di Carlo Verdone, «Treni sull'acqua» di Peter Del Monte, «L'avvocato delle donne» di Andrea e Antonio Frazzi, «Day-light» di Rob Cohen, «The english patient» di Anthony Minghella, «Portrait of a lady» di Jane Campion.**

## Telemontecarlo La «T.r.i.b.u.» cresce e si moltiplica

**Roma. «T.R.I.B.U.» è stato un successo. Non quantificabile in termini Auditel, ma per la risonanza che ha avuto tra i giovani e sulla carta stampata. E crediamo che non potesse essere diversamente per il programma di Telemontecarlo, che è iniziato a marzo e andrà avanti fino al 21 luglio, tutti i giorni dal lunedì ai venerdì, dalle 19.30 alle 20.30. Si tratta del primo villaggio globale della tv italiana, che si serve degli apporti tecnologici di un colosso come l'Ibm per lavorare con i computer, la telematica e viaggiare in Internet. Il pubblico a casa è il protagonista principale, oltre a quello degli internauti (navigatori di Internet), come dimostrano la quantità di messaggi e fax che arrivano in trasmissione. «Ci chiedono di tutto – ha raccontato il produttore della trasmissione, Lorenzo Torraca, della Elleti Company – oltre a suggerimenti e messaggi. Segno che si può fare una tv a doppia strada con chi sta a casa». Il nome del programma era stato siglato per dare ogni possibile interpretazione al nome Tribu. Ma quello che piace più agli ideatori del programma è «Tutto Risulta Immobile? Bene Usciamone». L'anno prossimo, ha anticipato il direttore di Telemontecarlo Federico Fazzuoli, «Tribu» ritornerà con un uso più ampio di Internet, cercando di sfruttare filmati e immagini inedite. E Torraca tiene a specificare che il programma rimarrà, però, a carattere sperimentale, una sorta di «work in progress», soggetto a modifiche costanti. E del progetto è entusiasta anche Alessandro Curzi, che vuole aprire il suo Telegiornale ad Internet, «colpito dalla capacità di lavoro della squadra. Una novità che ha radici nella storia migliore della tv, e cioè la capacità di essere gruppo e lavorare bene». Sono felici anche i responsabili Ibm che hanno lavorato a «Tribu», perché con loro l'informatica è entrata in tutte le case, diventando, con un linguaggio facile, accessibile a tutti. «15 o 16 anni fa – dice Sonciani dell'Ibm – un'esperienza del genere era impensabile. Il salto degli anni '80 ai '90 ha sancito il passaggio dai grandi sistemi computerizzati alla scrivania di tutti. Questa che viviamo è la terza fase, quella della collettività».**

*[C.Mo.Lu.*

Canale 5 e Antenna Cinema: un «Laboratorio» per le proposte aperto a tutti

# La tv cerca idee nella buca delle lettere

MONICA LUONGO

■ ROMA. La tv nostrana degli ultimi tempi non brilla certo per sperimentazione, ricerca di volti e idee nuove. Quasi sempre si adagia sui successi che portano a casa ascolti stratosferici e conseguenti introiti pubblicitari, decide di comprare sempre più format all'estero e trasmette, con qualche piccolo aggiustamento qua e là. «Laboratorio» è un progetto che nasce allora per portare una ventata d'aria fresca dentro il piccolo schermo. Un sodalizio tra Canale 5 e Antenna Cinema Media, pronta a ricevere le proposte per nuovi programmi, aprendo tre sportelli fax a Conegliano, Milano e Roma. Lo scorso anno avevano dato il via all'«operazione» con «Cambiamo la tv?»; sono arrivati 1.300 lavori, che sono già stati esaminati e archiviati in quello che vorrebbe diventare un luogo di consultazione europeo per nuovi programmi, insieme ad un laboratorio-atelier per lo studio e la realizzazione, percorsi didattici per formare e inserire le nuove figure professionali della televisione.

Le motivazioni di una simile iniziativa sono presto dette: «Negli ultimi anni – dice Giorgio Gori – abbiamo fatto grande uso di format e abbiamo avviato una vasta attività di autoproduzione. Ciò è buono ma può diventare un nodo critico quando l'acquisizione dei format non si integra con la propria creatività». Un nuovo pozzo di idee, a giudicare dalla voglia che gli italiani hanno di diventare in ogni direzione protagonisti della tv che vedono e consumano massicciamente. Con un costo presumibilmente basso: il «Laboratorio» rimarrà proprietario dei diritti e offrirà solo una partecipazione agli autori, il cui compenso verrà deciso di volta in volta. Già, perché delle idee viste finora poche potrebbero essere messe in cantiere così come sono state presentate: agli occhi del gruppo esaminatore sono apparsi soprattutto una serie di spunti originali che potrebbero integrare programmi già collaudati, rinnovandoli. «La maggior parte dei soggetti lavorati – dice Paolo Taggi, che fa parte del comitato di coordinamento – vengono da sintesi e sprint diversi, anche se il lavoro resterà riconoscibile da chi l'ha ideato». Gori non si aspetta subito grandi risultati, «un solo programma all'anno potrebbe dar senso a tutto questo lavoro» per il quale saranno investiti annualmente circa due o tre miliardi. Il gruppo visionerà i progetti, per alcuni si formeranno dei numeri zero, che saranno finanziati sia da Canale 5 che da altri soggetti. I progetti giunti finora (i numeri di fax dove inviare i lavori sono i seguenti: Conegliano 0438/ 32777; Milano 02/25146690; Roma 06/ 77086300) trattano gli argomenti più disparati e le cose più strampalate: ma tra i temi più frequenti ci sono i programmi che si occupano di società e di ragazzi.

Qualche battuta finale Gori la riserva al prossimo palinsesto e alle trattative in corso tra Berlusconi e i probabili acquirenti delle sue reti. «Secondo me – dice il direttore di Canale 5 – la differenza sostanziale tra l'offerta di Murdoch e quella di Al Waalid è che il primo, anche se è andato da un'ipotesi di acquisto del 100% del patrimonio a quello del 51%, vincolerebbe comunque le scelte delle reti. Gli arabi sono invece favorevoli solo ad una cessione delle quote e allora un'operazione del genere avrebbe solo carattere di un aumento di capitale». Dai miliardi alla prima serata: «Mi aspettavo il 25% di share che ha portato a casa il nuovo programma di Castagna, mentre non mi aspettavo il 35% portato a casa da *Giochi senza frontiere*». Le trattative con il Bagaglino, dice ancora Gori, si chiuderanno tra poco e sempre per il varietà del sabato sera. Raiuno dice che non è interessato a Lionello e soci. E voi? «Noi li vogliamo fortemente».

LA TV DI VAIME

## Sciapi show sotto il sole

«È SCOPPIATA l'estate...». Cominciava così una celebre scenetta di Fracchia sovrastato da un evento naturale ineluttabile al quale non sapeva reagire se non adeguandosi e tentando l'acquisto d'una *lancetta*, un natante piccolo come le sue ambizioni. Il perfido venditore (Gianni Agus) lo obbligava a comprare la portaerei Forrestal rateizzandola per dieci generazioni di impiegati. Questa premessa per dire come l'avvento d'una stagione così rischiosa possa sconvolgere tutti i progetti umani, anche quelli che sembrano più normali. L'estate è il periodo delle «mode» più frivole e vistose, del capriccio, dell'evasione obbligata, non ci si può *meravigliare se anche la tv finisce* per comportarsi in maniera eccentrica fino all'idiozia. Seguendo con attenzione e rispetto non solo i programmi, ma anche le note sugli stessi dovute alle penne di amici, colleghi e anche maestri, vengo scosso nel rilevare nelle critiche un tono esacerbato, disperato quando non offeso.

La tv estiva con le maniche e le idee corte è il segnale della situazione catodica globale ormai costretta, dall'emulazione e l'omologazione operata (al solito) in basso, a proporre il peggio o almeno il più banale per non rischiare. La programmazione è influenzata dalle «mode stagionali» quest'estate in video *si porta* Napoli in alcune sue sfaccettature (prevalentemente «pizza e ammore» e cartoline per turisti e emigranti) e, com'è tradizione, è d'obbligo anche ambientare ogni fregnaccia ai bordi di piscine perché – dicono gli esperti ludico-meteorologici – sguazzare, bagnarsi, cadere rende tutto più gaio. Fino a qualche anno fa «la piscina» era un simbolo elitario, un obiettivo qualificante. Oggi l'uso della piscina è pari a quello del bidè: non ci si meraviglia né ci si incuriosisce. L'unico motivo di interesse è indovinare a che punto del programma un protagonista verrà spinto in acqua vestito: ah, che ridere. Purtroppo alcune star gettate in piscina tornano a galla e fanno all'obiettivo la faccetta buffo-irata dei perdenti di successo. Quello che succede prima o dopo i tuffi conta poco, è riempitivo, aperitivo, toppa. È evidente che, in questo rassemblement di bagnini, non si vada a cercare niente di elevato o anche solo consequenziale, tutti sembrano chiedersi esclusivamente, quando cadono in acqua i nostri eroi?

FINO A NOVE milioni hanno atteso i tonfi di *Beato tra le donne* che ha indignato i notisti dei maggion quotidiani. Sono assolutamente solidale con gli amici vilipesi da quest'ultimo gavettone capovolto della tv. Ma, non so spiegare perché, non raggiungo (ancora) l'indignazione. Non c'è villaggio turistico o luogo d'incontro balneare che non sia popolato, nella realtà di esseri equipollenti agli animatori televisivi. Non esiste collegio, colonia estiva o altra analoga istituzione aggregante, che non abbia uno, dieci, cento Bonolis urlanti e mattacchioni. Non c'è piazza di paese sfigato che non *conti una quindicina di mariulelli* che cercano di far ridere storpiando le parole o sparando micidiali barzellette centenarie, non c'è Gilda on the Beach (o «Verde luna» o «Aquafan») che non pulluli di «spintarelle», «velinde» «cocodè» maistracche in attesa di sceicchi bianchi tuttibrass o talent scout qualsivoglia. Boncompagni «incluso».

Il polso di una parte del paese in ferie ce lo dà questa tv baciera e sciapa. È oltre al polso ci fornisce *notizie anche su cosce, zinne e* glutei. I giornali dedicano pagine e pagine alle feste e ai presenzialismi estivi, vacui come le trasmissioni acquatico-demenziali: vuol dire che il mercato c'è, per questa roba. La tv apre gli ombrelloni ai bordi di pozze rinfrescanti o sulle spiagge di moda negli anni 60. Aldo, Tony, Gualtiero etc o ce ne facciamo una ragione o andiamo in montagna.

**[Enrico Vaime]**