

L'EVENTO. Megaconcerto in piazza

Milano-Palermo unite dalla musica

DIEGO PERUGINI

MILANO. Ancora musica in piazza, gratis e con la speranza di mobilitare grandi masse di pubblico. Come e, forse, più di quanto accaduto qualche settimana fa a Napoli per la serata finale del *Festival-bar*, che ha raccolto circa 200.000 fans da tutta Italia. Stavolta, però, due sono le città tirate in ballo, in una sorta di ponte ideale fra Nord e Sud: Milano e Palermo, unite dalla forza della musica. Il tutto accadrà venerdì 27 e vedrà coinvolti diversi soggetti: Radio Dimensione Suono, Rai Uno, Radiodue Rai e lo sponsor Renault Clio. Titolo della manifestazione: *Milano/Palermo-Clio Rds Live 2*, seconda puntata del concertone che ha debuttato l'anno scorso in piazza San Giovanni a Roma, davanti a 250.000 persone e a circa due milioni e mezzo di telespettatori. L'edizione '96 prevede una staffetta fra Milano e Palermo. Nella città siciliana, in piazza Foro Italo, ci sarà Vasco Rossi con una delle ultime repliche del suo tour estivo, cui seguiranno Lucio Dalla, Articolo 31, Stadio, Dhamm, Ke', Kay Bianco, Sottotono e Paolo Belli.

A Milano, in piazza del Cannone (Castello Sforzesco), ci saranno Biagio Antonacci, Luca Carboni, Gianluca Grignani, Angelo Branduardi, Fine Young Cannibals, Noa, Gianna Nannini, ZZ Top e Neffa. Tutti gli artisti si esibiranno dal vivo e l'ingresso sarà libero. Rai Uno riprenderà in diretta la manifestazione, condotta

da Milano da Alba Parietti, a partire dalle 21.20: la durata della trasmissione sarà di oltre due ore. A Palermo, invece, ci saranno Anna Pettinelli per Radio Dimensione Suono e Carlo Massarini per Radiodue Rai, che si collegheranno con Alba per una telecronaca del concerto di Vasco e delle esibizioni successive in una sorta di diretta televisiva incrociata. Ci sarà anche Ambra nell'insolita veste di inviato speciale, che raccoglierà commenti e curiosità sulla serata, e incontrerà i musicisti presenti. Per l'occasione si è pensato a una sigla speciale: un video inedito dei Beatles tratto dalla *Video Anthology* che viene pubblicata oggi. Insomma, sarà una grande festa popolare a colpi di musica pop e rock, lanciata con lo slogan «Faremo crollare il muro del suono "Nessun pericolo... per te"» e per cui si è approntato un imponente spiegamento di forze con 16 telecamere, 2 pulman digitali per ripresa audio, 1.000 punti luce, 30 tir, 200.000 watt e più di 100 fra artisti e musicisti. Nessun riferimento politico-sociale si lega alla manifestazione, se non quello simbolico espresso dalla Parietti: «In un momento delicato come questo, è bello organizzare simili manifestazioni. Perché la musica è cultura e parte integrante della vita di tutti: aiuta, quindi, a socializzare. E, soprattutto, unisce. Infatti, la scelta di Milano e Palermo non è stata casuale».



Ricky Tognazzi intervista Gillo Pontecorvo per la serie «Ritratti d'autore»

TELEPIÙ. La rete moltiplica le proposte e lancia una sfida culturale

«Cinema sì. Juke-box no»

Telepiù 1 punta sul sistema satellitare per aumentare gli abbonamenti e migliorare la qualità della proposta. In primavera parte la doppia offerta «pay per view» e «near video on demand», che permetterà di pagare per il solo film opzionato e di scegliere l'ora della visione. E intanto i dirigenti della rete finanziata da Kirch e Nethold presentano i nuovi programmi e il listino dei film autunnali. Tra gli appuntamenti, la seconda serie dei *Ritratti d'autore*.

per «a», il tipo di programma che Set intende proporre: «agile», «arguto», «attento», «autorevole». Vedremo se Magrelli, critico e saggista di cinema temporaneamente prestato a *Domenica in*, riuscirà nella non facile impresa di rendere più visibile la testata giornalistica. La prima sfida partirà ai primi di ottobre, con la messa in opera di un «vero e proprio cantiere televisivo» (lui lo chiama così) che trasmetterà in chiaro dalle 19 alle 21 notizie non solo di stretta attinenza cinematografica.

Naturalmente, il nuovo palinsesto punta sulla quantità. Oltre 700, tra lungometraggi e cortometraggi nuovi, saranno i film che Telepiù 1 manderà in onda quest'anno. «Un numero impressionante», lo definisce Crispino, aggiungendo però che la rete non vuole essere «solo un juke-box di cinema». Alcuni titoli «appetitosi»: *L'odio*, *Die Hard 3*, *Intervista col vampiro*, *L'uomo delle stelle*, *Al di là delle nuvole*, *Underground*, per fare qualche esempio. Più una manciata di inediti d'autore, tra i quali *Loveless* di Kathryn Bigelow e *L'eau froide* di Olivier Assayas. Ma il menù non si ferma lì, ovviamente. Gestire una rete di cinema significa sollecitare curiosità, toccare fenomeni «marginali», tentare *crossover* inediti.

Ecco allora i *Cinegiornali Luce* di Piero Chiambretti realizzati a 35 mm per le sale, il nuovo programma cine-musicale di Ezio Guaitamacchi *Crossroads* (dal blues di Robert Johnson), i reportage dai set più importanti riassunti sotto la formula *Caro diario*, l'esclusiva tv degli Oscar e dei Golden Globes; e poi la bella serie *Fallen Angels* prodotta da Sydney Pollack (un'antologia di *noir* di estrazione letteraria affidata a registi e attori di fama), i quattro cortometraggi sui temi dell'Aids realizzati insieme all'Agiscuola (li firmano Davide Ferrario, Bruno Bigoni, Carlo A. Sigon e Claudio Del Punta), la seconda serie dei *Ritratti d'autore* a cura di Valentina Pascarelli e Cristiano Bortone (la formula è sempre la stessa: otto registi giovani intervistano altrettanti colleghi «anziani»). Ad esempio, Tomatore/Freda, Lucchetti/Lattuada, la Archibugi/Bellocchio, Tognazzi/Pontecorvo...).

«Nel cinema diamo il meglio», assicura Crispino. Magari, viste le smanie di grandezza, si potrebbe ipotizzare anche un intervento diretto sul versante della produzione. Del resto, in famiglia c'è Canal Plus, che investe ogni anno nel settore qualcosa come 5-600 miliardi. Ma per ora non se ne parla: prima bisogna far quadrare i conti.

MICHELE ANSELMINI

ROMA. Lo strillo pubblicitario suona così: «Telepiù, il meglio visto prima». Ma per mantenere la promessa ci vogliono soldi, tanti, anche se i capitali sembrano non mancare alla rete a pagamento oggi finanziata al 90% (a Mediaset è rimasto un misero 10%) dal Gruppo Kirch e da Nethold-Canal Plus. Settecento miliardi è la cifra che l'amministratore delegato Mario Rasini conta di investire nei prossimi tre anni per investire nel digitale e moltiplicare i programmi «di settore». Gli abbonati oggi ammontano a circa 820mila: non sono pochi, ma neanche tantissimi. Il pareggio di bilancio resta, insomma, lontano: ragion per cui, in attesa che lo sviluppo del sistema satellitare (con relative agevolazioni, tipo «pay per view» e «near video on demand») infranga le resistenze del

pubblico, resta il cinema il veicolo più sicuro al quale affidare la fortuna della rete.

Si spiega così la moltiplicazione delle iniziative curate, prodotte, reclamizzate e sponsorizzate da Telepiù 1. Insomma, il direttore Piero Crispino mira ad affermare il marchio della casa in ogni settore, allargando le competenze e qualificando l'intervento anche sul fronte dei restauri d'autore, della distribuzione, degli eventi. In questo senso andrebbe anche il potenziamento delle testate giornalistiche *Set*, il *giornale di cinema* e *+3News*, la direzione delle quali è stata affidata a Enrico Magrelli, che ieri ha esordito pubblicamente accanto a Rasini e Crispino. E proprio il neo-direttore delle *news* ha sintetizzato, usando quattro aggettivi che cominciano

«Contraria all'aborto» Laura Pausini rettifica



«Sono cattolica praticante e per questo non abortirò mai». Lo confessa apertamente, in una lettera a «Famiglia Cristiana», la cantante Laura Pausini, che così ritratta le sue recenti dichiarazioni comparse sulla stampa, in cui criticava certi atteggiamenti della Chiesa cattolica e si diceva favorevole all'interruzione della gravidanza. Ora la cantante smentisce di aver mai

espresso quelle posizioni, pur ammettendo di avere grande «rispetto per le idee degli altri». «Io credo che ogni persona abbia il diritto di pensare, dire e fare ciò che vuole della propria vita - scrive - Da sempre, ho cercato di rispettare le idee di tutti, anche di chi, in contraddizione con il mio giudizio, è a favore dell'aborto. Ma sono sicura che nella mia vita non ci sarà mai un momento in cui dovrò pensare se farlo o no. In questo senso il mio no è chiaro, palese, senza ombra di dubbio. E sono dispiaciuta del fatto che molti ragazzi che non trovano le risposte nella fede si allontanino dalla Chiesa e da Dio».

PUR DI ARRIVARE ERA DISPOSTA A TUTTO.

DIRETTAMENTE
DALLA PRIMA VISIONE
NICOLE KIDMAN E'
DA MORIRE.
IN VIDEOCASSETTA
IN VENDITA.

COSI', TANTO PER COMINCIARE,
ARRIVA IN VIDEOCASSETTA.

Anche DA MORIRE partecipa alla promozione I FILM FANNO NOTIZIA. Raccogli i videopunti e ti abboni gratis alla tua rivista preferita.