

Spettacoli

IL FATTO. Domani il lancio da Cape Canaveral

Parte Hot Bird 2 il satellite europeo che cambia la tv

Si chiama Hot Bird 2 ed è il più grande satellite europeo per la tv. Verrà lanciato domani da Cape Canaveral e comincerà dal prossimo mese a trasmettere una cinquantina di canali. Grande protagonista l'Italia, che si è assicurata quattro trasmettitori e affida a Telepiù, Stream e Rai la nuova guerra degli ascolti. Come cambieranno le nostre serate davanti al video? Cosa vedremo? Come sarà la tv del futuro, quella del *video on demand* e del *pay per view*?

GILDO CAMPESATO

ROMA. Signori teledipendenti, in pantofole. Per tutti voi la manna arriva da 36.000 chilometri di altezza sull'equatore, a 13 gradi est. Parliamo di Hot Bird 2, il più grande satellite europeo per televisioni che domani in serata verrà lanciato da Cape Canaveral. Il più grande e anche il più moderno: 20 ripetitori capaci di trasmettere ciascuno sei o sette canali tv grazie all'ultimo «apporto» della scienza: la tecnologia digitale. Un'orgia di canali e programmi su cui le emittenti italiane hanno messo gli occhi da tempo assicurandosi metà dei *transponder* (il componente fondamentale a bordo del satellite che riceve i segnali da terra su un canale e li ritrasmette su un altro) di Hot Bird 2. Partita in netto ritardo rispetto agli Stati Uniti ed al resto del continente, l'Italia sta forzando le tappe per mettersi al passo col resto d'Europa non solo per inflazione e debito pubblico ma anche per la tv via satellite.

Accanto ai principali «broadcasters», tra cui la Cnn, la BBC World, Discovery Channel e MTV Europe (ma il numero dei canali e dei servizi aumenterà progressivamente nei mesi a venire), fungono da battistrada verso questa Maastricht televisiva gli uomini di Telepiù. Si sono assicurati quattro trasmettitori di Hot Bird 2 da cui manderanno in onda i programmi criptati delle loro tre tv a pagamento, ma anche molto di più. Ad esempio, si potranno vedere dal satellite anche le trasmissioni del gruppo Cecchi Gori. Mettendo tutto insieme, si arriva ad un bouquet di una trentina di canali criptati o in chiaro e gratuiti come appunto, Telemontecarlo e Videomusic.

A caccia di abbonati

L'amministratore delegato di Telepiù, Robert Herzov, non nasconde le ambizioni: riuscire ad assicurarsi già dal prossimo anno almeno

mezzo milione di abbonati ai nuovi programmi digitali per salire nel 1999 a quota un milione e trecentomila. Questo a dispetto degli ultimissimi dati sulle vendite dei decoder, apparentemente crollati nelle ultime settimane dopo un ottimo avvio subito dopo l'estate.

Anche Mediaset ha pensato bene di affittarsi un angolino in Hot Bird 2. Tuttavia, piuttosto che una decisione strategica, per gli uomini del Biscione la scelta di farsi vedere anche dal satellite sembra più che altro una soluzione interlocutoria, giusto per vedere l'effetto che fa, per dirla con Jannacci.

Cappello sul nuovo satellite ha messo pure la Rai affidandosi due *transponder* destinati a trasmettere anch'essi in digitale e dunque con una potenza «di fuoco» di una decina di canali. Quando hanno preso la decisione, a viale Mazzini pensavano di poter lanciarsi nella televisione tematica e a pagamento, forti di un magazzino senza eguali ed oggi abbondantemente sottoutilizzato. Nel frattempo, però, è arrivata la legge Maccanico che impedisce al servizio pubblico di fare affari nella *pay-tv*. Se non si supera il divieto, per la Rai rischiano di essere altri soldi buttati per aria ed altre grane in arrivo.

Lo scontro armato

Neanche la Stream guidata da Miro Allione è stata a guardare. Il braccio armato della Stet per il settore del multimediale (proprio in questi giorni stanno partendo gli esperimenti di mercato per i collegamenti via cavo) ha piantato la sua bandiera su due *transponder* di Hot Bird 2. Per ora si tratta soltanto di una mossa preventiva. Ma la prospettiva è micidiale: aggredire simultaneamente il mercato prossimo venturo della tv interattiva da due postazioni strategicamente decise: il cavo ed il satellite. Nonostante le recipro-

che dichiarazioni di stima, lo scontro con Telepiù rischia di diventare al calor bianco.

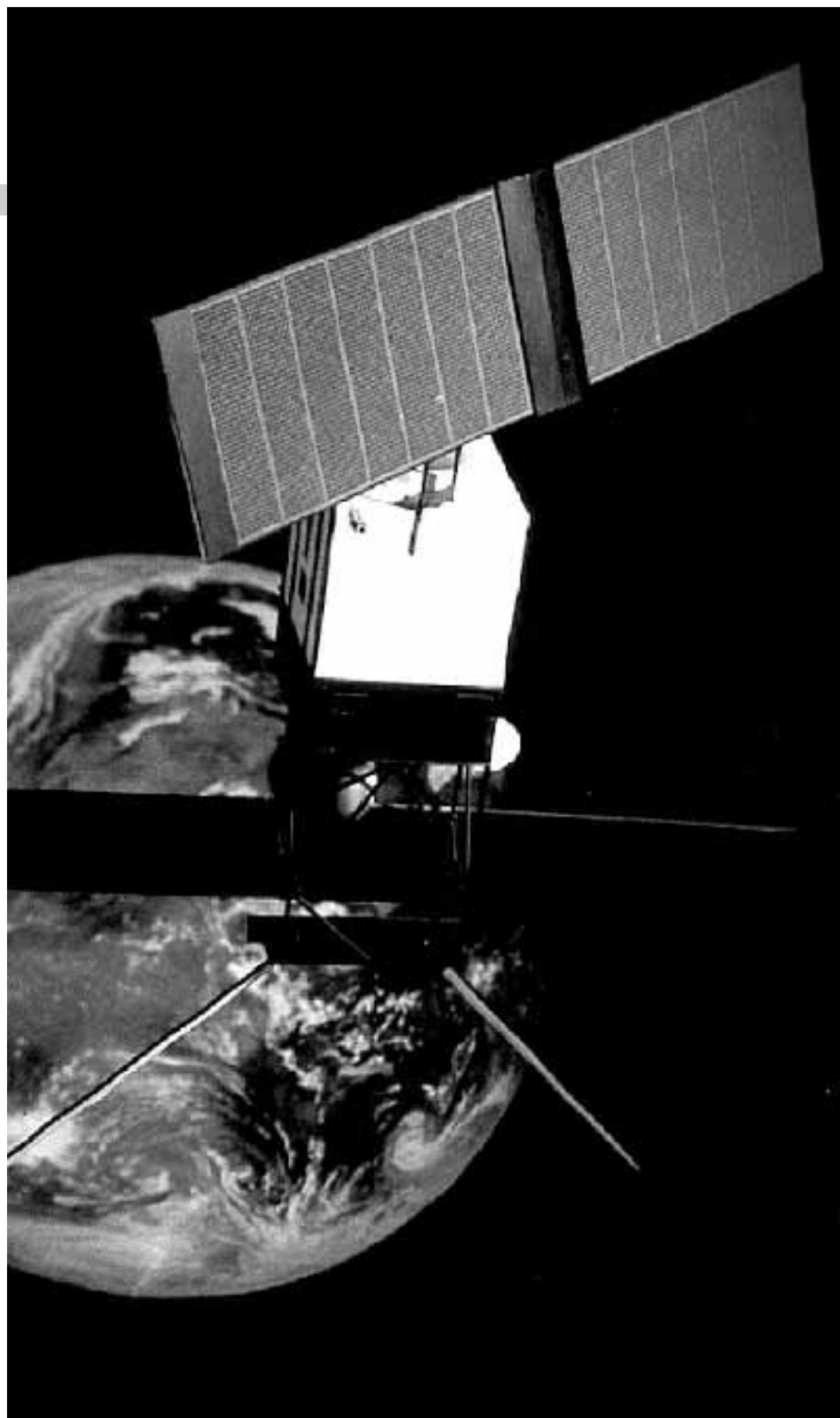
Per il momento, comunque, è soprattutto la *pay-tv* di Herzov a suonare la musica. Se non altro per la massa di programmi che si appresta a lanciare sul mercato italiano sin dal prossimo mese quando, assestate in cielo le antenne di Hot Bird 2, il satellite diventerà effettivamente operativo. Ma è inutile chiedere dettagli alla sede del gruppo a Milano. Tutto rimane *top secret*. I satelliti ed i razzi che li lanciano non sono nuovi a brutte sorprese. Meglio fare gli scongiuri ed evitare che l'effetto annuncio venga «bruciato» da spiacevoli incidenti.

Se i dettagli non si conoscono tutti, la strategia di Telepiù è evidente. Approfittare della tecnologia digitale per costruire, primi in Italia, la tv del futuro. Quella cioè in cui il palinsesto se lo fa da solo il telespettatore, standosene comodamente seduto sulla poltrona di casa. In altre parole, la fine dello *zapping*. Decideremo noi cosa vedere e quando.

Tifosi in prima linea

Le prime grosse novità si annunciano per gli appassionati di calcio. Dopo il debutto della tv digitale con le partite del campionato di serie A, l'offerta si allargherà ben presto a quelle di B in attesa dell'arrivo, nel '97, di un nuovo canale sportivo dedicato alla Formula uno. Ma sarà solo un antipasto. Nel giro di pochissimo tempo, forse già dal prossimo campionato, sarà possibile scegliere di volta in volta quale partita vedere. E pagare solo il *match* preferito senza essere costretti ad un abbonamento per tutta la serie. Lo stesso discorso vale per i film: sceglieremo il titolo preferito e le immagini scorreranno sullo schermo nel giro di una quindicina di minuti.

«L'utente sarà portato ad abbandonare i riferimenti classici del palinsesto per diventare editore della propria televisione personale», spiegano a Telepiù. E lo sguardo sul futuro si allarga ad altri servizi interattivi a quando, inviando la richiesta al satellite posto 36.000 chilometri di altezza, potremo intervenire sul nostro conto corrente o ordinare la spesa al supermercato all'angolo di cui potremo visionare gli scaffali standocene in poltrona davanti dalla tv di casa nostra.



Video on demand, pay per view: così finisce l'era dello zapping

ROMA. Con l'arrivo di Hot Bird 2 si può dire che inizia anche in Italia l'epoca della tv via satellite. Oggi siamo al terzo ultimo posto in Europa davanti solo a Portogallo e Lussemburgo: appena un milione di antenne paraboliche installate rispetto ai sei milioni della Germania e ai tre milioni e mezzo della Gran Bretagna. «Ma pensiamo che l'Italia sia un mercato interessante e ricco di grandi potenzialità», spiega dai suoi uffici di Parigi Giuliano Beretta, direttore di Eutelsat, il consorzio internazionale che ha lanciato i satelliti della serie Hot Bird.

Rispetto ai tradizionali sistemi analogici, la nuova tecnologia digitale consente di moltiplicare i canali a disposizione dei telespettatori. Ma, soprattutto, offrirà ai clienti la possibilità di costruirsi programmi su misura «ordinando» al satellite quel che vogliono vedere per ottenerlo sullo

schermo nel giro di una decina di minuti o poco più (la cosiddetta *NVOD*, *near video on demand*). Inoltre, a differenza della tradizionale tv a pagamento, si potrà pagare solo quel che si decide di vedere (detto in codice *PPW*, *pay per view*).

Pur se nessuno si nasconde le potenzialità rivoluzionarie della nuova tecnologia, le opinioni su un suo rapido successo di mercato non sono unanime. L'agenzia Mc Kinsey, ad esempio, si mostra incerta e stima il mercato europeo al 2005 tra i 12.000 ed i 23.000 miliardi di lire. Paolo Dalla Chiara, fondatore del Comisat, l'osservatorio per la tv satellitare, parla invece di un mercato di circa 8.000 miliardi di lire per la sola Italia.

Il nostro paese, fanalino di coda sino a ieri, passa ora all'avanguardia sulla tv digitale. L'offerta di Dstv (la digital tv di Telepiù) ed degli altri sfidanti non ha paragoni altrove in Europa. Riuscirà a convincere gli italiani ripetendo magari il successo di DirecTV? Partita solo due anni fa, la Tv statunitense vanta infatti già un milione e mezzo di abbonati e porta nelle case degli americani ben 115 canali televisivi e oltre 60 servizi *pay per view* e *near video on demand*. Molto naturalmente dipenderà dai prezzi. Per ora alti. Un *decoder* digitale costa quasi due milioni di lire anche se, col decollo del mercato, i listini sono destinati a scendere. Per il momento, tutto il *battage* sulla tv via satellite ha avuto un effetto per certi versi paradossale: far crescere le richieste della tv stellare analogica, quella tradizionale.

□ G. C.

L'INTERVISTA. Chiambretti in cerca del sostituto di «Raffa» alla vigilia del Festival giovani

«Sanremo? Propongo Arbore o Celentano»

MILANO. Sanremo, una bagarre che dura tutto l'anno e che sconvolge perfino quell'esagitato di Chiambretti, anche se non è certo abituato a fare una tv tranquilla. Oggi viene presentata la prima tranche della gara canora, quella dedicata ai giovani, in onda domani e dopodomani.

Nel frattempo si cerca una degna sostituzione per «Raffa», che è scesa dal tandem di conduttori del Festival di febbraio. Forsennate consultazioni sono in atto, allo scopo di risolvere il problema entro le prossime ore. Ma sentiamo come Chiambretti racconta la sua avventura in corsa.

Allora, Piero, sei rimasto solo sul palco di Sanremo?

Guarda, è una situazione davvero strana. Già il fatto che io accettassi l'offerta di Raiuno era strano, poi l'accoppiata con Carrà, adesso poi la ricerca di un altro partner. Ricerca avviata dall'interno di questa roccaforte munita che è Sanremo. Sapendo che, se c'è una cosa che

tutti vogliono fare...

Eppure la scelta non sembra facile. Tu preferisci un uomo o una donna?

Io preferirei una donna, anche se ora non mi sembra di vederla all'orizzonte. Il nostro dovrebbe essere uno spettacolo nello spettacolo, con un po' di divertimento assicurato, quello che personaggi brillanti come Celentano e Arbore potrebbero garantire.

In un caso come questo, tu saresti quello che disturba il manovratore?

Qui sono stato chiamato per fare il presentatore, una specie di capitano, visto che Raffa non c'è più. Non voglio tornare a un genere già percorso. Fare il *guastafeste* non mi interessa: al limite mi disturbo da solo. Lo dico con la massima serenità. È il festival della canzonetta, non un mio programma. Ho accettato molto volentieri perché sono uno che ama andare controcorrente e, ora che tutti hanno scoperto la seconda serata, io vado in prima serata su



Il conduttore televisivo Piero Chiambretti

Raiuno.

Insomma, sei un maledetto snob. No, non snob, e anche dire «sperimentale» ormai è diventato un luogo comune. Poi è venuta la moda di «drammatizzare». Diciamo semplicemente che mi piace confrontarmi con realtà che ancora non conosco.

Ma perché la Carrà ha rifiutato Sanremo?

Ha addotto come giustificazione un affaticamento derivato dalla striscia quotidiana e da *Caramba* che sorpresa. In lui aveva già firmato un contratto per alcune fiction, da realizzare sempre per Raiuno.

Ma intanto, tu che cosa sai di Sanremo giovani?

Nulla.

È vero che renderete nota da qui la nuova coppia di conduttori di febbraio? Potrebbe essere, se riuscissimo nelle prossime ore a liberarci di questo problema. Non è una schermaglia orchestrata per la stampa, anzi, prima viene fuori questo nome e me-

glio è.

Ma dal cappello di chi deve uscire questo coniglietto?

Dal cappello di nessuno. Io e Maffucci, una volta tanto alla pari, abbiamo fatto una serie di valutazioni e lui, secondo il suo ruolo, ha cominciato a chiamare i vari personaggi.

E tu intanto stai già pensando a tutto quello che farai. Tanto il Festival lo conosci bene...

L'ho fatto per 5 anni come fantasma del palcoscenico, con la tv e con la radio. L'atmosfera del Festival la conosco, ma il Festival no. Io poi sono musicalmente filoamericano. I cantanti di Sanremo sono cantanti da una volta l'anno, per me, mentre gli americani li sento tutto l'anno. Ma apprezzo anche la musica italiana e non hanno nessuna ragione di essere le preoccupazioni dei discografici. Ho lasciato ad altri anche lo spazio del processo al Festival. Mi sembra che 4 ore col sottoscritto siano più che sufficienti.

LA TV DI VAIME



Scherzi stupidi

IL CRITICO PRESCIOLOSO fa la recensione alla cieca. La settimana scorsa ho letto su un supplemento settimanale (difficile capire qual è, vero? Non c'è quotidiano senza una sua appendice ebdomadaria. Mal comune...) il commento all'apparizione (?) di Fifi Houteman, la risposta lussemburghese alla Zardo, in *Non dimenticate lo spazzolino da denti*: «Impossibile guardare Fifi senza far correre la memoria allo scandalo dell'estate scorsa». Si fosse fermato, il cronista, e avesse scritto «impossibile guardare Fifi» e stop, era fatta. Ma i settimanali *chiudono* prima e per non arrivare dopo, l'opinista fustigatore gioca d'anticipo e arriva troppo presto: la Houteman è stata licenziata *avant le début* in un rigurgito di buongusto della rete.

Doloroso, per i moralisti cattolici, rinunciare allo sdegno e al «O tempora o mores» che denunciano sensibilità d'animo e studi classici nel contempo. Sì, l'araffa abortito di una mezza figura della più scadente periferia dello show business, era una fertile occasione. Ma altre non ne mancano, più significative addirittura: che dire de *I guastafeste* e delle motivazioni spettacolari che ci sono a monte? S'è persa ogni moralità di intenti negli scherzi della tv che ormai sono solo violenti e gratuiti, non rivolti a figure in qualche modo simboliche, a personaggi da provocare nella loro retorica collocazione sociale: si beffano i passanti, gli sconosciuti, gli innocenti, i poverissimi insomma. E questo dovrebbe indignare le persone sensibili o diciamo solo normali. Invece c'è chi ride. Senza porsi tanti problemi, reagendo a sollecitazioni rozze, meccaniche.

LO STESSO AVVIENE con la terribile e pur fortunata *Paperissima*, programma che continua a stupirmi per la sua povertà: quattro ballerine che zompettano in studio, battute e gags d'una elementarietà improponibile (le «portate» in faccia sembravano superate anche ai protagonisti del cinema muto, così come i rumori amplificati e distorti di capocciate e tonfi). Ma quello che continua a infastidirmi è il cinismo stupido e inutile del ridere sugli incidenti di un prossimo che si può essere anche fatto male: delle persone sconosciute cadono dentro delle botole. Possono anche essersi sfracellate. Chi sa. Ah, ah, ah. Fine del divertimento.

La Zanichchi sbaglia delle parole e reagisce (candid) dicendone altre assai forti. E allora? Nessuno di noi credo abbia mai pensato che l'va nell'intimità si esprimesse, che so, in francese. Turbata, riversa sul prossimo stock di «vaf» e «caz»... Ah, ah, ah? Ma andiamo!

E inoltre: bambini che si fanno pipì addosso, piccioni che fanno la cacca su una torta nuziale, anatre d'uno stagno che scivolano su una passerella nel tentativo di risalire a riva. Anche in *Paperissima* ci troviamo in pieno guardonismo, irritante seppure meno grave di quello de *I guastafeste* e similari. Ma la matrice è quella, gaglioffa e crudele, pur se stemperata da giochi scenici infantili: travestimenti e parodie studenteschi (la fata dai baffi turchini, Sandokan con delle rose che si commisce con delle rose che si chiama Ruanda Osiris: Baistrocchi addio. Oggi questa c'è chi la chiama addirittura satira). *Paperissima* recensita favorevolmente anni fa, si giova ancora di quella gratificazione. Squadra che convince non si cambia. Ma convince chi? *Cuore* chiude. In sostituzione, ridete con le cacche dei piccioni e le lussazioni degli infornati. Se ce la fate. E non dico altro. Non sono la Zanichchi.

[Enrico Vaime]