

TELEVISIONE. «Sai vedere la tv?»: Bruno Bozzetto ha firmato i film d'animazione



Giovanni Giovannetti/Contrasto

Mediaset: sei spot in difesa dei bimbi

ANNA MORELLI

ROMA. Televisione commerciale sì, ma non insensibile alle grida di dolore che di questi tempi si levano (talvolta opportunisticamente) intorno all'infanzia. E allora in pompa magna e alla presenza degli stati generali - Federico Confalonieri e Giorgio Gori, affannosamente calato da Milano - Mediaset presenta la sua campagna informativa a termine (durerà solo cinque settimane) indirizzata direttamente ai bambini con l'intento di trasformare un consumo «bulimico» di tv in opportunità educative. Il messaggio è sempre quello: non è il mezzo a essere pericoloso, ma la sua utilizzazione. Basta qualche regoletta semplice semplice per affidare senza danni il pupo a mamma tv, ribadendo che sono altri i soggetti responsabili del processo educativo e cioè famiglia, scuola e un servizio pubblico (leggi Rai) che però latita. Ben vengano comunque i minimali sei spot di animazione, creati da Bruno Bozzetto, che cercano di decodificare contenuti, linguaggi e modelli delle trasmissioni televisive con i disegni animati e l'ironia anche se verranno diffusi nella fascia oraria pomeridiana, mentre si sa che il maggior numero di bambini guarda la tv in prima serata.

Dunque. Sai guardare la tv? vuole essere la terza tappa di un cammino iniziato nel '93 con un codice di autoregolamentazione, proseguito con i semafori giallo, verde e rosso per i programmi di fiction su tutte le reti Mediaset e approvato a questi spot specifici per bambini «perché chi trasmette 72 ore al giorno e raggiunge 40 milioni di spettatori - dice orgogliosamente Fedele Confalonieri - deve avere più senso di responsabilità di chi fa altri mestieri».

Gli fa eco Giorgio Gori che punta sulla scommessa di una maggiore consapevolezza di consumo sia da parte degli adulti che dei bambini «perché anche la tv di migliore qualità contiene insidie verso cui è meglio immunizzarsi». Lo slogan ripetuto in tutti gli spot infatti è: «La tv è la tv, la vita è la vita». Come dire, imparate a distinguere il virtuale, il fantastico, il violento dalla realtà. Antidoti in pillole visive studiati da due professori dell'Università di Milano, Susanna Mantovani, psicopedagoga e Dario Varin psicologo dello sviluppo e tradotti efficacemente nel linguaggio infantile da Bruno Bozzetto. Sono proprio gli attori più applauditi e più famosi nei duelli mortali e nelle scazzottate, come Stallone e Schwarzenegger a trasformarsi in fumetti e a uscire dallo schermo per avvisare il piccolo spettatore solo (quasi sempre) e indifeso: che fantasia e realtà sono molto diverse; che la violenza non è un valore; che le donne bambolone e gli uomini aiutanti e ricconi sono invenzioni; che le botte da orbi che si vedono in tv sono solo trucchi che non fanno male a nessuno. Nel sesto spot infine il lucertolone di «Jurassic Park», cerca di avventarsi goloso sui pop-corn del ragazzino terrorizzato che lo guarda seduto sul divano, ma a scacciare minacce e paure arrivano papà e mamma. E questo è il vero messaggio perché sono solo gli adulti in carne e ossa, i genitori a trasformare l'elettrodomestico da baby-sitter a occasione di apprendimento e di dialogo.

Rai, la cultura in diretta

ROMA. Da lunedì una nuova sigla. Rai educational multimedia, presentata ieri in viale Mazzini dal direttore Federico Scianò, e dai vice direttori Italo Moscati e Renato Parascandolo. L'ambizione futura è di occupare i succosi spazi della multimedia (reti tematiche, cd rom, home video); per ora occuperà tre fasce orarie, sostituendo, ha detto ieri il direttore, la programmazione casuale di Videospere. Molto chiari gli intenti culturali della nuova struttura - mentre sull'aspetto dell'educazione di un vasto pubblico studentesco si è, ha detto Scianò, ancora in fase di elaborazione, di progetto, di idee e contatti (con l'università, col ministero della Pubblica Istruzione).

Non si butta via niente

Tutte le nuove iniziative presentate ieri, programmi interviste o progetti più vasti sono studiate per essere utilizzate non solo nella cosiddetta tv generalista (ossia rivolta a tutti); ma per il nuovo pubblico della tv via satellite (per ora, quasi un milione in Italia), per creare cd rom o per essere tradotti in pagine stampate: «Vogliamo passare - ha detto Renato Parascandolo nella conferenza stampa di ieri mattina - dalla cultura dei prodotti finiti alla cultura dei materiali. Tutte le tv del mondo producono programmi, e tutto quel che è servito per un programma si butta via...Le teche di programmi sono cimiteri culturali». Invece, propone Rai educational multimedia, la stessa

Da lunedì prossimo, 3 marzo, tre nuove fasce orarie e dirette tv per i programmi cultural-educativi della Rai. La nuova direzione Rai educational multimedia proporrà dalle 10-30 a mezzogiorno il rotocalco Tema; dalle 13 alle 14 Media/Mente con Carlo Massarini - entrambi su Raitre. E a mezzanotte e mezza, su Raiuno, Tempo, un programma di storia. Con Carlo Freccero e Raidue, invece, si studia una seconda serata domenicale dedicata alla filosofia.

NADIA TARANTINI

intervista tagliata a cinque minuti può essere utilizzata integralmente in una rete tematica (che manda in onda solo pezzi di storia o filosofia, per esempio), poi ancora inserita in un progetto educativo, infine tradotta in stampa. Come avverrà di nuovo, a partire da marzo, per la enciclopedia multimediale delle scienze filosofiche, interviste a filosofi che l'Unità ha già accettato di riproporre (altri «cinque o sei quotidiani» - dice Parascandolo - stanno esaminando il materiale).

I fatti e le idee

«La gente ha bisogno di idee, perché si sente oscuramente sopraffatta dai fatti» lo ha sostenuto ieri Italo Moscati, confermando che la nuova direzione Rai specializzata in cultura ed educazione sta discutendo con Carlo Freccero direttore di Raidue un programma insolito: una seconda serata domenicale dedicata alla filosofia. Noi tutti, filosofi involontari: è sembrato questo il messaggio lanciato ieri, quando Moscati

ha sostenuto che partendo da fatti di cronaca si può svelare il filo delle idee, talvolta del senso comune, che nasconde una filosofia ingenua - ma sempre riconducibile ad uno dei sistemi filosofici del '900. Se si realizzerà, sarà la risposta Rai a Target, e agli altri programmi tardoserali di Canale5 (tutti firmati dalla struttura di Gregorio Paolini), che attraggono un pubblico nuovo e giovane.

I nuovi appuntamenti

Dal lunedì al venerdì, dalle 10,30 alle 12, su Raitre Rai educational propone a partire dal 3 marzo un rotocalco in diretta, titolo Tema, «a caccia delle idee...le idee che raccontano il mondo, con un rapporto sistematico con i responsabili culturali dei giornali e delle tv», come ha affermato il direttore Scianò. Il giornalista Enzo Golino e il figlio Andrea condurranno il programma. Sempre su Raitre, ma dalle 13 alle 14, Media/Mente condotto da Carlo Massarini: il titolo è

lo stesso del vecchio programma di Videospere, ma ci sarà la diretta e una seconda parte, registrata (titolo: Il grillo), con pensatori e filosofi portati a discutere nelle scuole. Infine, a mezzanotte e mezza, su Raiuno, il terzo appuntamento di Rai educational: si chiamerà Tempo: la storia di ieri e di domani, e raccoglierà un «grande lavoro di repertorio, con documenti storici d'autore del '900...e, di nostra produzione, alcune importanti interviste ai Costituenti, Leone, Iotti, Valiani, Andreotti, Giolitti, Taviani, Foa e Colombo» (Federico Scianò).

Off line

È il capitolo di cui ha parlato Renato Parascandolo (per la parte più direttamente educational, il responsabile è Dario Natoli). La Rai dovrebbe poter competere nel nuovo mercato multimediale, e la competizione, anche interna, non manca: oltre a Rai educational, c'è anche un'intera struttura di viale Mazzini che lavora per la multimedia. «Ma noi ci stiamo preparando - hanno detto ieri Parascandolo e Moscati - per quando la Rai sarà trasformata in holding, con aziende indipendenti». Allo scopo, una struttura commerciale autonoma - ha detto Scianò - è nata dentro Rai educational, pronta a investire il budget (25 miliardi per il 1997). Fra le novità annunciate, anche sette volumi (multimediali) di filosofia indiana.

Gori sussurra: Mike? Non è troppo simpatico Ricci è bravo

Giochi di primavera sugli arrivi e le partenze in tv. Anche Giorgio Gori, a Roma ieri per presentare l'iniziativa rivolta ai bambini, è stato assalito dalle consuete domande: Mara Venier cambierà scuderia, pur non essendo indiscutibilmente un cavallo? «No comment», ha risposto l'impeccabile direttore di «Canale5». Invece - dice l'Ansa - Gori ha parlato apertamente di altre ipotesi. Come quella di riaffidare «Scherzi a parte» alla coppia Teo Teocoli e Massimo Lopez: «Visto che contiamo di riprenderlo nel '98, e con loro ebbe molto successo». Ancora: nessuna intenzione, dice Gori, di spostare Alberto Castagna da «Stranamore» al pomeriggio domenicale di «Canale5»: «Nonostante le critiche favorevoli, in un gran successo di pubblico». Gori spera poi che Antonio Ricci non lasci: «È una squadra che funziona». Infine, commento agrodolce su Mike Bongiorno: «Sul palco è stato bravo, anche se fuori scena è stato non troppo simpatico nei nostri confronti». Per punizione, forse, neanche a parlarne di un ritorno di Mike a Canale 5: «A Retequattro ha dimostrato di poter fare programmi di successo». Fine dell'odierna puntata d'indiscrezioni sui programmi di primavera.

Carlo Freccero: commissione selezionerà film per giovani

Film in tv, Carlo Freccero rilancia dopo l'incidente delle scelhe «hard» in orario prandiale. Dal prossimo 15 marzo, ha annunciato, ci sarà una ristretta commissione, a Raidue, che valuterà almeno tre aspetti dei film da trasmettere: la compatibilità, a seconda dell'orario, con il pubblico più giovane; il punto di vista del palinsesto, ossia pare di capire la congruità delle scelte rispetto al resto del programma; e un assistente diretto del direttore di Raidue «porterà il punto di vista etico-filosofico rispetto soprattutto alla linea editoriale di questa rete. «Agguato alle Hawaii», il film trasmesso alle due del pomeriggio di sabato scorso su Raidue, aveva suscitato le proteste del quotidiano cattolico «Avvenire»: Ron Moss, protagonista di «Beautiful», vi partecipava in versione un po' troppo «osé». E alla vigilia delle contromosse di Mediaset, annunciate ieri, anche Carlo Freccero ha voluto manifestare l'interesse della Rai per il pubblico più vulnerabile. «Il livello di attenzione verso i contenuti dei film, le scene e i dialoghi è in questi tempi altissimo - ha dichiarato Freccero - e la sensibilità degli spettatori deve necessariamente essere recepita da noi».

PREMI. Hillary vince con un disco parlato. Trionfano Clapton, Crow e Smashing Pumpkins

Un Grammy Awards per la first lady Usa

LOS ANGELES. Chi l'avrebbe mai detto che un giorno Hillary Clinton, con quella sua aria perbene da prima della classe, sarebbe entrata a far parte, insieme agli Smashing Pumpkins e a Eric Clapton, del gruppo dei vincitori del trentanovesimo Grammy Awards? Eppure è successo: ieri, indossando un abito di pizzo dorato, la first lady americana si è presentata al Madison Square Garden a ritirare il suo premio per *It Takes a Village*, l'album basato sul suo best-seller - dedicato all'educazione dei bambini - che si è conquistato il Grammy nella categoria album non musicale. «Sono sorpresissima - ha dichiarato con un gran sorriso - non sapevo neppure che i Grammy fossero dati anche a cantanti musicalmente sordi come me».

Hillary Clinton è forse l'unica sorpresa di questa importante serata musicale che premia ogni anno i solisti, gli album e i gruppi musicali di maggior successo: i 9.200 membri della National Aca-

ALESSANDRA VENEZIA

demy of Recording Arts & Sciences, composti da musicisti, produttori, arrangiatori e tecnici musicali, hanno dimostrato infatti - ancora una volta - le loro preferenze per la musica «mainstream» piuttosto che per gli autori più innovativi. Hanno così premiato come album dell'anno un lavoro convenzionale come *Falling Into You* di Celine Dion, preferendolo al rivoluzionario *Odeley* di Beck, all'ambizioso *The Score* di The Fugees e a *Melton Collie & the Infinite Sadness* degli Smashing Pumpkins. Disco dell'anno - e canzone dell'anno - è *Change the World*, una storia di romantica devozione di Eric Clapton che con i suoi ultimi tre premi ha ormai collezionato dodici Grammys. Il suo duetto ieri notte con Babyface - che con 12 nomination era considerato il potenziale trionfatore della serata ma che invece si è dovuto accontentare di soli tre premi - è stato uno dei momenti

più riusciti dello spettacolo.

Uno spettacolo che, per conquistarsi un «rate» televisivo migliore, ha puntato soprattutto sulla grandiosità scenografica e sui grandi effetti: spostato dallo Shrine Auditorium di Los Angeles al Madison Square Garden di Manhattan che ha una capacità di 12mila posti, lo show ha alternato momenti musicali di originale intimità - come il pezzo blues di Tracy Chapman - con esibizioni più hard degli Smashing Pumpkins e performance di grande effetto come *Were It's At* di Beck che col suo stile misto di hip-hop e country-blues sembrava provenire da un'altra dimensione. Beck è riuscito a conquistarsi il Grammy per la migliore performance vocale rock nella categoria maschile, un segno inequivocabile di aria nuova nell'atmosfera piuttosto conservatrice della serata. «Era come vedere Bob Dylan a metà degli anni 60 - ha scritto Robert

Hilburn, il critico musicale del *Los Angeles Times* - che sembrava arrivasse da un altro pianeta quando proponeva la tradizione folk con strumenti rock e elettronici».

Altri segni innovativi: il premio consegnato a Bela Fleck & the Flecktones, nella categoria Pop Instrumental Performance - che hanno battuto nomi più popolari come Stevie Wonder e Smashing Pumpkins - e ancora l'intellettuale Lyle Lovett che l'ha spuntata nel fittissimo universo country popolare e ancora il giovane Beck che ha lasciato nell'ombra i leggendari Clapton e Bruce Springsteen nella competizione come migliore cantante rock. Springsteen ha comunque ritirato il suo settimo Grammy per «best contemporary folk album» con il suo rigoroso *The Ghost of Tom Joad*. Per quanto riguarda la musica latina un'altra vittoria della famiglia Iglesias: il vecchio Julio passa il testimone al figliolo Enrique, premiato per la migliore pop performance latina.



Hillary Clinton riceve il «Grammy Awards»

Gary Hershorn/Reuters

DALLA PRIMA PAGINA

Spot e etica

L'infoetica - se la parola è ammessa - non dovrebbe sollecitare un interesse minore di quello che sta scatenando la bioetica. Credere che basti l'inserimento di un V-chip antiviolenza in grado di impedire su comando la ricezione di programmi inadatti ai bambini significa rifuggire dall'assunzione di ineliminabili responsabilità. La raccomandazione vaticana si sofferma pure sulle distorsioni che possono derivare per la democrazia dalla pubblicità politica: come non darle ragione se si considerano i costi d'accesso ai mezzi più pervasivi e la grossolana banalizzazione delle scelte che provoca? In Francia ad esempio la pubblicità politica in televisione è semplicemente inibita. Questa sorta di enciclica sugli spot cade a proposito. Non sarebbe male che quanti sono impegnati in Italia a definire una difficile legge sull'intero sistema della comunicazione sfogliassero con cura pagine dense di utili suggerimenti per un mondo troppo dominato da chi bada solo a presentare la merce con belle parole e far crescere il fatturato. [Roberto Barzanti]