

Anteprima ad Amalfi del nuovo cartoon ispirato alle vicende del celebre superman dell'antica Grecia.

DALL'INVIATO

AMALFI. «Un vero eroe non si misura dalla forza dei muscoli, ma dalla grandezza del cuore». Ovvero: la filosofia Disney applicata alla mitologia greca. «Hercules», trentacinquesimo lungometraggio animato della Disney, è approdata sulla costiera amalfitana. Non ha dovuto superare soltanto le tradizionali dodici fatiche, ma anche 4 lunghi anni di lavorazione che hanno impegnato 600 disegnatori e 400 tecnici degli studios parigini della Walt Disney in stretto contatto con gli studi californiani. Debutto sugli schermi americani a giugno e arrivo in Europa. L'altra sera a Maiori, una delle sedi di «Cartoons on the Bay», ne abbiamo visto un succoso assaggio in una «sneak-preview», presentata da Roy Conly, capo animatore della Disney, ormai di casa qui ad Amalfi dove lo scorso anno aveva portato in anteprima «Il gobbo di Notre Dame». Firmato da John Musker e Ron Clements, già registi della «Sirenetta» e di «Aladdin», affiancati dall'art director Andy Gaskil («Il re Leone»), «Hercules» pesca nel mondo mitologico dell'antica Grecia con i suoi dei e i suoi eroi, ma trasforma epica e mito in una classica favola disneyana. Il lungo percorso di Ercole, metà dio e metà uomo, per conquistare tutta intera la sua natura divina e guadagnare l'Olimpo, è irto d'ostacoli. Ade, il signore degli Inferi, le studia tutte per annientare Ercole, l'unico in grado di impedirgli di impadronirsi dell'Olimpo e detronizzare Zeus.

Sulla sua strada metterà persino Megara, un'avvenente fanciulla. Del tutto ovvio che scocchi la scintilla amorosa, meno che quest'evento trasformi nel profondo Ercole. Alla fine della strada Ercole sarà sì eroe, ma un po' meno divino e molto più umano; e il mito greco in versione Disney assomiglia a una sorta di romanzo di formazione. Sostenuto da un'efficace colonna musicale, firmata dal pluripremiato Alan Menken (è l'autore delle musiche de «La Sirenetta», «La Bella e la Bestia», «Aladdin», «Pocahontas» e «Il Gobbo di Notre Dame»), «Hercules», secondo tradizione, è un musical a



Hercules un eroe di cartone

Le 7 fatiche di Disney

cartoni, ricco di belle canzoni e di siparietti musicali interpretati dalle Muse che svolgono la funzione di coro narrante, in un perfetto stile da co-risista gospel. Meno tradizionale, e per certi versi innovativo, risulta lo stile dei disegni. La caratterizzazione grafica dei personaggi attinge ampiamente alla iconografia classica dei vasi greci (non a caso l'azione del film muove da alcune figure dipinte che pendono ad animarsi), ma si sposa alle suggestioni grafiche dei fumetti supereroistici nelle versioni più recenti: così Ercole diventa un giovanotto ipermuscoloso più adatto alle spiagge californiane che ai lidi greci; mentre Megara, l'eroina femminile, sexy e sinuosa, sembra una pin-up da pagina centrale di «Playboy».

Ne vengono fuori delle figure forse non gradevolissime al primo impatto, ma certamente curiose e l'effetto complessivo, almeno nelle sequenze

viste ad Amalfi, è travolgente, un po' folle e un po' psichedelico. Ma l'aspetto più nuovo di questo «Hercules» sta nell'autonomia, caratteristica non consueta nella produzione disneyana. C'è una lunga sequenza musicale in cui si vedono i festeggiamenti che la città di Tebe tributa a Ercole che l'ha liberata dalla minaccia dell'Idra, il mito mostro. La canzone che la commenta «Zero to Hero» («Da zero a eroe») accompagna in un crescendo da ritmo forsennato la popolarità dell'eroe che diventa un prodotto tipico da «merchandising».

Si fondono statuette con le sue sembianze, si coniano monete con la sua effigie, si stampano magliette con la sua immagine e c'è persino una «Grecian Express», versione antilettera delle carte di credito. Insomma la Disney racconta se stessa, svela l'implacabile meccanismo di autopro-

mozione che accompagna ogni sua nuova produzione. Scherza un po' su se stessa, ma non troppo. Intanto per lanciare «Hercules» la macchina è già in moto. Per la prima americana si prevede una faroanica parata con migliaia di comparse e la presenza di «eroi» di tutto il mondo (per l'Italia si parla di Baggio o di Pavarotti). Prima europea forse ad Atene e lancio italiano nella Magna Grecia (Agrigento e Siracusa). Per la versione italiana non sono stati ancora scelti i doppiatori che, nella versione originale, come da tradizione, hanno le voci di attori celebri. Danny De Vito doppia Filoteo, il satiro consigliere di Ercole; James Woods da la voce al perfido Ade, mentre Charlton Heston è la voce narrante fuori campo. La fascino Megara, detta Meg, è Susan Egan ed Ercole è doppiato da Tate Donovan.

Renato Pallavicini

Illustrati i nuovi programmi Arriva il tg-bambini che rimette insieme i genitori e i figli

DALL'INVIATO

AMALFI. C'era una volta la «Tv dei ragazzi». Ve la ricordate? Aveva anche una sigletta molto carina con dei bambini ritagliati nella carta che facevano un girotondo. Altri tempi. Le sigle sono cambiate, anzi non ci sono più per niente. E ragazzi e bambini, la tv, la guardano a tutte le ore. Nella fascia del «prime time», ad esempio, i ragazzi sintonizzati sono 3 milioni e mezzo; e almeno 1 milione di loro resta davanti alla tv fino alle 23. Con cifre del genere, la preoccupazione di mandare in onda programmi «adatti» ai più giovani rappresenta qualcosa di più che uno scrupolo da educatori. Figuriamoci per Raiuno, rete generalista per definizione. E allora ecco le linee dell'ammiraglia della tv di Stato, presentate ieri a «Cartoon on the Bay», nel corso di una conferenza stampa che ha visto impegnato lo staff di Raiuno: dal direttore Giovanni Tantillo, ai due vicedirettori, Paola De Benedetti e Andrea Melodia.

Dunque: intrattenimento, che vuol dire, soprattutto, fiction, e cioè film tv appositamente scritti e misurati sui ragazzi, ma che accostano anche i genitori. Ne è un esempio «La storia di Gigi 2» di Luca e Marco Mazzieri, interpretato da Andrea Roncato, Stefania Rocca, Massimo Wertmüller e i piccoli Mirko e Cristian Brugnoli. È una favola ecologica che ruota attorno alla vicenda di un bambino e del suo fantastico doppio, con un cattivo di turno, un sinistro uomo d'affari che s'impadronisce dei terreni e del bestiame di una comunità di contadini. Alla fine, ovviamente, il bene trionfa sul male. Il film è una miscela, per ammissione degli stessi autori, di Zavattini e Disney, un po' surreale e un po' melensa. E ancora intrattenimento con il progetto di una prima serata all'insegna di Jules Verne, con una progettata miniserie di telefilm.

Ma anche informazione. E allora ecco un Tg per i ragazzi dai 7 ai 12 anni. Lo annuncia, forse per il prossimo autunno, Paola De Benedetti: «I ragazzi sono costretti a vedere i Tg insieme ai genitori e spesso non capiscono le notizie - dice il vicedirettore di Raiuno - Cercheremo di fare un Tg che sia semplice, rassicurante e preciso». Insomma: Ciampi spiegato ai ragazzini e la vita vera dei bambini, quella che scorre fuori dalla tv. Sarà un'edizione quotidiana, agile e veloce (dagli otto ai dieci minuti) fatta da giornalisti del Tg 1 ma con la presenza in studio di un gruppo di bambini. Altre notizie dal fronte Raiuno, ma che non riguardano i ragazzi: sparirà il preserale «Luna Park» e la popolare zingara.

Re. P.

I piccoli preferiscono i cartoons made in Usa

AMALFI. Guardano la Tv perché è una «compagna», ma anche perché è una «riserva» in assenza di altre alternative: magari perché fuori è brutto tempo o perché è mattina presto. Guardano le tv in diversi momenti della giornata. E la guardano «in modo diverso». Appena alzati, prima di andare a scuola, per esempio, la tv viene guardata senza una supervisione da parte dei genitori. Al pomeriggio, invece, prevale una visione «mentale» regolata dagli adulti, mentre la sera si tratta di una visione spesso condivisa con i genitori. E i bambini guardano la tv persino alla notte, chiusi nella loro stanza, del tutto al di fuori di ogni controllo, «clandestinamente». Sono i bambini, i bambini di fronte alla tv, secondo una ricerca della Millward Brown International (un istituto internazionale di ricerche) i cui risultati verranno presentati domani alle 10 in una conferenza stampa ad Amalfi, nell'ambito di «Cartoons on the Bay».

La ricerca si chiama «Kidspeak on tv cartoons, la percezione dei cartoni animati da parte dei bambini». Condotta sulla base di «mappe emozionali» derivate da modelli psicologici sul processo di crescita del bambino ed espresse attraverso i bisogni di base del bambino (sicurezza, controllo e indipendenza), la ricerca riserva alcune sorprese. Intanto i bambini non fanno molte differenze tra cartoni di produzione americana, europea o giapponese. Semmai sembrano essere attratti da personaggi «made in Japan» come Sailor Moon e Biker Mice con un legame emozionale molto intenso, anche se superficiale e fugace. Mentre sembrano essere più solide e durature le emozioni provocate in loro dai cartoni «made in Usa» Disney, Warner o dagli inglesi Ruggats; e ciò vale soprattutto per i bambini italiani. Per quanto riguarda i rapporti tra cartoni animati e pubblicità, la ricerca rivela che l'associazione tra personaggi e marche funziona quando il linguaggio usato negli spot è semplice, concreto, l'atmosfera è divertente e la narrazione della storia ha una forma compiuta.

[R.P.]

Stefania Rocca debutta a Cannes

Lanciata da «Nirvana» di Gabriele Salvatore, Stefania Rocca è già arrivata a Cannes. A maggio al festival del cinema parteciperà come interprete di un film coprodotto da Jean Luc Godard, «Inside out», storia di disagio psichico e rapporti umani, diretto da Rob Tregenza, inserito nella sezione «Un certain regard». Nel frattempo l'ex allieva dell'Actor's studio, 25 anni, ha trovato spazio anche in tv (come riferiamo qui sopra), come protagonista di «Gigi 2». «Ho accettato l'offerta tv - ha detto la Rocca perché sedotta dal difficile personaggio di una donna divisa tra l'amore per il figlio e quello per un uomo, promessa di nuova vita».

I lettori della rivista quest'anno hanno votato esclusivamente i programmi di intrattenimento

I Telegatti premiano soltanto sorrisi e canzoni

Penalizzate le trasmissioni di contenuto informativo segnalate, invece, dalla redazione del giornale. Il trionfo dei nuovi varietà.

MILANO. I Telegatti di «Sorrisi e canzoni tv» sono da sempre la fiera della prevedibilità televisiva. Il pubblico del settimanale vota di solito in grande sintonia con l'Auditel e con la tradizione. Invece il 6 maggio prossimo, alla assegnazione dei premi televisivi, condotta quest'anno da Pippo Baudo e Milly Carlucci, ci sarà qualche sorpresa. Ma purtroppo non esaltante. I candidati annunciati alla statuetta già rivelano un smottamento generazionale di tutto rispetto.

Irispettose invece le assenze dei grandi vecchi che hanno fatto la tv. Anzitutto manca Mike Bongiorno che, nonostante il trionfo sanremese, quest'anno patirà il suo primo digiuno telegattesco. Perché, anche se di statuette ne ha già accumulate 21 o 22 (scusate l'incertezza, ma la memoria si perde nella notte dei tempi), la sua è pur sempre un'assenza del tutto ingiustificata. Bongiorno è ancora oggi (e lo dimostra appena esce dalle grinfie di Mediaset) non solo il volto della vecchia tv, ma anche quello di una tv che sa specchiarsi nel suo pas-

sato per prendersi in giro.

Ma, Mike a parte, la stravaganza dei Telegatti 97 è soprattutto quella di avere del tutto dimenticato la tv di informazione e di approfondimento. Gli anni scorsi le terne dei candidati venivano comunicate solo pochi giorni prima della cerimonia e i nomi dei vincitori solo all'ultimo momento, come in una vera notte degli Oscar.

Quest'anno invece le nomination sono state comunicate con grande anticipo e segnalano la clamorosa mancanza di qualsiasi programma d'impegno. Basta vedere che alla voce «Attualità e cultura» i lettori di Sorrisi hanno votato «Ciak», «Target» e «Verissimo». Cioè due rubriche e un contenitore pomeridiano condotti da Anna Praderio, Gaia De Laurentis e Cristina Prodi, che sono tre brave e simpatiche signore, ma, diciamo la verità, non sono Enzo Biagi. E, a proposito di Enzo Biagi, annunciamo subito che il suo meritissimo premio lo riceverà anche quest'anno, ma come riconoscimento alla carriera. Un

Telegatto in più nella collezione del giornalista più popolare, assegnato proprio nell'anno in cui ha battuto tutti i record di ascolto, ma inspiegabilmente non è stato votato dai lettori di Sorrisi.

Anche un altro premio sarà assegnato direttamente dalla redazione del settimanale a un giornalista e cioè a Bruno Vespa e al suo «Porta a porta» che, quale che sia il giudizio sulla trasmissione, ha aggiunto alla seconda serata televisiva la possibilità di pescare nel torbido della attualità quotidiana. Un riconoscimento che testimonia la giusta consapevolezza, da parte della direzione di Sorrisi, della necessità di segnalare personalità e programmi di qualche maggiore impegno. Benché, ci pare, rimane ancora inspiegabile la mancanza di qualsiasi menzione per il coraggioso programma di Gad Lerner, «Pinocchio», che si batte come un leone nella serata più competitiva della settimana, affrontando temi spesso ostici.

Ma pazienza. Si vede che i lettori

del più diffuso settimanale italiano non sono un campione Auditel. Dal punto di vista spettacolare la tema che più sorprende, rispetto agli anni scorsi, è quella del personaggio maschile dell'anno, dove troviamo addirittura Claudio Baglioni (che dalla tv si era sempre tenuto lontano), in compagnia di Fabio Fazio e Paolo Bonolis. Mentre tra i personaggi femminili troviamo Paola Barale, Maria De Filippi e Mara Venier, ma non troviamo la Carrà, che pure per indice di ascolto rimane in testa a tutte le dive dell'etere.

Raffa è presente con «Carramba» solo nella categoria delle «trasmissioni dell'anno», che è stata opportunamente allargata e da tema è diventata cinquina, per ospitare anche «Anima mia», «Buona domenica», «Striscia la notizia» e «Tira e molla». Programmi che, di ruffa o di raffa (scusando il gioco di parole) qualcosa vinceranno perché appaiono anche in altre terne (varietà, satira, giochi).

Prevedibili le categorie della tv utile e della satira, dove figurano sempre

soliti noti, ma più scontata ancora quella dell'intrattenimento con ospiti, sulla quale imperversa incontrastata (come del resto l'anno scorso) la famiglia Costanzo, intesa come Maurizio e Maria De Filippi. Qualche new entry nella fiction, e cioè «No-stromo», più il film per la tv di Cinzia Torrini, «Teo» e, nel settore dei telefilm «Dio vede e provvede», che ha inaugurato il genere comico-mistico. Dal campo dei telefilm stranieri invece solo conferme («X File», «La signora del West» e «E.R.»). Masi annunciano sorprese nel campo degli invitati. Gran parte dell'attesa per i Telegatti, infatti, riguarda le partecipazioni.

Si sente parlare di una grossissima star straniera in arrivo a Milano, ma ancora non possiamo far nomi, mentre sul versante italiano per ora diciamo solo: Tullio Solenghi, Deborah Compagnoni e Leonardo Pieraccioni. Più la bellissima Herzogova che arriva dritta dritta dal mondo senza passaporto dei sogni maschili.

Maria Novella Oppo

Il 56% dei film italiani in tv a tarda sera

Ancora troppa Hollywood, sui teleschermi italiani, secondo la Rivista del cinematografo. Quasi il 56% delle pellicole trasmesse sul piccolo schermo nel 1996 erano americane. Le pellicole italiane, dice ancora la Rivista, sono invece relegate negli orari più impossibili del palinsesto. Oltre il 55% dei film trasmessi in tv a tarda sera sono italiani. L'emittente che ha trasmesso più film è stata Retequattro, e non è una novità. «Stiamo trasmettendo tutti troppi film, non solo in prima serata, ma anche in altre collocazioni che potrebbero essere utilizzate per programmi di intrattenimento. Il film è una difesa, un rifugio, una pigrizia...». Lo dice Giuseppe Cereda, che per la Rai si occupa di Cinemafiction. La Rai nel 1996 ha tentato alcuni «affondi» cinematografici in prima serata, come Lamerica di Gianni Amelio, per saggiare la disponibilità degli spettatori a prodotti nazionali di qualità (21% di ascolti).