

ROMA. Modello Cnn o modello NRT? Senz'altro, stile italiano. Il libro della nuova Raitre, in sigla NRT, non contiene ancora dettagli sui programmi prossimi venturi. È la cornice di un quadro che si potrà pitturare soltanto quando saranno affidati gli incarichi e scritto il piano editoriale. Si sa però che ci sarà dentro un canale satellitare fatto soltanto di notizie, *All news*, tra le novità forse la più ricca di conseguenze nel panorama televisivo. Un progetto di *All news*, chiamato in sigla «Uninews», era sui tavoli del vecchio consiglio di amministrazione già dall'ottobre del 1997. È stato realizzato da Michele Mezza, vice-direttore di Raisat. Il progetto prevede informazione 24 ore su 24: si potrà ricevere con antenna parabolica e decoder free, cioè gratuito. Trasmetterà in Italia e contemporaneamente, per la prima volta, anche fuori confine, in tutta Europa. Il nuovo prodotto dovrà competere con francesi, spagnoli, tedeschi; ed essere riconoscibile, in una realtà televisiva in cui vengono già trasmesse duecento ore di notizie al mese. Il progetto prevede un notiziario ogni 15 minuti, ma più che sulla redazione o sugli inviati, come accade alla Cnn, *Uninews* (e *All news*, se si modellerà

Notizie via satellite «All news» 24 ore su 24 (senza Cnn)

sul progetto già realizzato), punterebbe su una struttura di post produzione, prendendo le notizie direttamente dalle fonti già usate per i telegiornali, dalle grandi agenzie internazionali, e da Internet. Ciò che farà la qualità di un notiziario di tal genere, sarà il montaggio delle notizie e la scelta di dare in tempo reale analisi e commenti sugli eventi internazionali, a partire da specifici interessi italiani. La rete di esperti e di analisti: ne sono stati selezionati 600, collegabili in video-conferenza via Internet.

Internet funziona anche come «magazzino delle immagini», di tutte le immagini che in una giornata passano, e che saranno utilizzate e commentate in tempo reale.

«Ciò comporta - osserva Mezza, che è stato all'Usigrai, il sindacato dei giornalisti Rai, e conosce il problema - una trasformazione del lavoro giornalistico». E la rottura di qualche rigidità. Per esempio i giornalisti che lavoreranno nel canale di sole notizie dovranno essere buoni «navigatori» su Internet; ed essere disponibili a trasformarsi in nuove figure professionali, d'altronde già codificate all'estero, svolgendo differenti funzioni. E diventando giornalisti-registi-archivisti. Per la Rai, si tratta di una sfida particolare, dice Mezza: «Il servizio pubblico finora si è misurato sull'introduzione di nuova informazione, ma in una fase di abbondanza come quella che viviamo, dovrà diventare una bussola per decifrare e leggere le news».

Il progetto di Raisat, infine, è pronto per essere utilizzato con una doppia uscita: da una parte il canale satellitare per la NRT, dall'altra una distribuzione internazionale attraverso Rai International. E su questa seconda opportunità ci sono già contatti con il ministero degli Esteri e con la Confindustria.

Nadia Tarantini

Ricomincio da (Rai)tre

ROMA. Tantissima informazione, cultura, intrattenimento intelligente, trasmissioni di servizio e pubblico giovane. Sono gli obiettivi che si leggono nel progetto del consiglio di amministrazione della Rai per NRT, la nuova Raitre. Settecentosedicimila persone al giorno, di media. Almeno. Gli obiettivi di *share*, di ascolti, sono stati pensati sperando che la nuova rete senza pubblicità possa attrarre quantomeno lo stesso pubblico che attira oggi. Ma le risorse per riempire la programmazione dovranno venire, oltre che dalla Rai, soprattutto da convenzioni, accordi. Con soggetti pubblici o privati. Si dovrà muovere parecchio, dunque, sull'utile, la nuova Raitre. Una sperimentazione che è già in corso, e di cui da qualche giorno non si parla, perché Giovanni Minoli, attuale direttore di rete, sa bene che, qualunque cosa dicesse, sarebbe presa come una candidatura. Le nomine, ufficialmente, saranno fatte entro giugno. E anche le eventuali riconferme. Bocche chiuse, dunque, ma palinsesto parlante. In attesa delle decisioni del consiglio di amministrazione, infatti, a Raitre si sono mossi come se sapessero dove si andava a parare. E anche questa primavera, partirà un nuovo programma di servizio, dal 18 maggio, tutti i lunedì in prima serata. *Salomone*, condotto dalla giornalista Maria Latella, si occuperà della giustizia civile, trattando in studio dei casi, con testimonianze e alla presenza di esperti.

Si è lavorato anche su trasmissi-

Libri, giustizia Sarà spettacolo ma senza spot

sioni nuove, prodotte e non acquistate su format altrui. Per esempio, *Gli esami non finiscono mai*, che partirà in prima serata il prossimo 7 maggio, giovedì, genere intrattenimento intelligente. In cui ospiti come Bruno Gambarotta proveranno a sottoporre di nuovo all'esame di maturità, più o meno con le stesse domande, Gina Lollobrigida, Giulio Andreotti e Francesco Paolantoni. «Trattenimento intelligente», con qualche sconfinamento nell'utile, anche in *Survival*, condotto da Paolo Taggi, quattro puntate per scovare le persone che vivono ai limiti del rischio, ma non per sport: trasportatori verso l'Antartide, posatori di cavi nelle profondità del Mar Rosso, addetti alla manutenzione di grattacieli tutti di ghiaccio, ecc.

Se Giovanni Minoli fosse confermato alla guida di Raitre - cosa in cui probabilmente confidano - la struttura *Numero zero* potrebbe istituzionalizzare, e rendere settimanale, la trasmissione omonima, nella quale anche quest'anno si sono cimentati nuovi potenziali autori. E dalla quale è già nato un progetto di

serie, dal titolo *Librarsi*, esperimento di cultura appetibile in tv. Gli autori di *Librarsi* hanno infatti immaginato di viaggiare e di andare, virtualmente o meno, nei posti in cui i libri di cui ogni volta si parla sono stati inventati o ambientati. E, tolta l'angoscia dell'Auditel, potrebbe crescere questo tipo di sperimentazione, già avviata da due anni (e copiata da Maurizio Costanzo nel suo recente *Laboratorio 5*). D'altronde, dai numeri zero sono nati programmi come *Turisti per caso*, diventato un classico; *Milano-Roma*; *Film vero*.

Sulle trasmissioni di servizio, comunque, NRT dovrà puntare assai più di ora, quando la «vecchia» Raitre può annoverare *Mi manda Raitre*, *Maastricht Italia*, *Elisir*. Tutte leggermente viziate dai difetti della vecchia tv, che vuole sempre qualche politico o qualche evento scandaloso. Sulla base del progetto presentato dal cda, i nuovi programmi dovranno forse assomigliare di più a quel piccolo esperimento di successo che è *Okkupati* (ne parliamo a fianco), in cui alla scchezza dell'informazione si spo-

«Salomone» e «Librarsi», due produzioni pronte a partire. Nei cassette altri progetti e numeri zero fermi in attesa delle nomine

sa una confezione veloce, attraente soprattutto per chi è più giovane. Verso i giovani, l'attuale Raitre lancia l'escia de *Gli anni in tasca*, condotto da Sveva Sagromola. E il progetto di riproporre *Okkupati* in forma più spettacolare, inserendo nelle inchieste e nelle informazioni rivolte a chi cerca lavoro, anche sguardi di musica, cinema. Forse il campo in cui «zappare» di più.

N.T.



Nella foto, un'immagine del notiziario della celebre emittente americana, Cnn. Un modello che non sarà ripreso dal nuovo canale Rai «All news»

TV DI SERVIZIO

«Okkupati», l'appel insieme all'informazione

ROMA. Immagini veloci, inquadrature trasversali, musica che martella. E un sito Internet, co-protagonista della storia. *Okkupati*, autori Romano Benini e Maurizio Sorcioni, va in onda la domenica, mezz'ora subito prima di Fabio Fazio (oggi, alle 14.30; e uno speciale stasera alle 20, sui rapporti tra l'università e l'impresa). È nato come numero zero nella «vecchia» Raitre, ma è un bell'esempio anche per la sperimentazione prossima ventura di NRT, la nuova Raitre di cui ieri è stato presentato al pubblico l'identikit. *Okkupati* è, infatti, una trasmissione di servizio, ma con appeal. E, soprattutto, è una trasmissione finanziata dal ministero del Lavoro, che è pienamente soddisfatto del risultato e promette di ri-finanziarla per la prossima stagione. Di programmi come *Okkupati* ce ne dovranno essere molti nella nuova rete, per realizzare due degli obiettivi: collegamento con il territorio, e convenzioni con istituzioni, enti, soggetti.

Dodici puntate nel 1997, e il progetto di replicare in autunno, aumentando le puntate e forse anche la durata. Il problema è la collocazione oraria, anzi la ri-collocazione. Una ricerca Censis sui dati di ascolto ha evidenziato che di fedelissimi di *Quelli che il calcio* la trasmissione ne attira soltanto una piccola parte, circa 200.000 di media. Mentre un milione sono le persone che accendono la tv proprio per vedere *Okkupati*, che nella sua prima versione si chiamava *www.lavori*; e sono persone di una significativa fascia di età: dai 24 ai 35 anni. La prima ora del pomeriggio domenicale non è certo la più adatta per questo tipo di pubblico; invece se ne potrebbe trovare una migliore nella NRT prossima ventura.

IL RICORDO

A Springsteen in morte del padre

ALBERTO CRESPI

DOUGLAS SPRINGSTEEN, padre del cantante Bruce, è morto domenica scorsa a Belmont, in California, a 73 anni. La notizia è stata resa nota solo ieri, dopo i funerali che si sono svolti a Freehold, New Jersey. Aveva una tipica storia americana alle spalle: di lontane origini olandesi, aveva fatto mille lavori (operaio in una fabbrica di tappeti, autista di taxi, guardia carceraria) e assieme alla moglie Adele (italoamericana, nome da signorina Zirilli), aveva cresciuto tre figli nell'immensa area suburbana del New Jersey.

Per gli «springsteeniani» doc, il padre di Bruce era un personaggio. Era come se l'avessimo sempre conosciuto: sono numerosissime le canzoni in cui Bruce parla di lui. E soprattutto ne parlava in concerto, in quei lunghi monologhi con i quali introduceva le canzoni.

Ner ricordiamo uno in cui Bruce racconta come il vecchio Douglas gli ripetesse sempre: «Cresci, trovati un lavoro! Bah, ti chiameremo sotto le armi e là sapranno fare un uomo di te». Poi, spiegava Bruce, la chiamata venne davvero, e a quei tempi partir soldato significava finire in Vietnam; lui andò alla visita, la sera tornò a casa, e il padre lo aspettava ancora sveglio, e gli chiese «Com'è andata?», e Bruce rispose «Mi hanno scartato», e suo padre, senza guardarlo, mormorò «That's good, meno male. E qui tutti già eravamo commossi, poi partiva «The River» ed era un brivido, una di quelle cose che provi in un concerto poche volte nella vita».

Il rapporto fra Springsteen e suo padre era quello di molti adolescenti di estrazione operaia degli anni '60, innamorati del rock'n'roll e ben convinti a non rifare la vita dura dei loro genitori. «Da ragazzo, c'erano due cose inaccettabili in casa mia. Una ero io, l'altra era la mia chitarra. Mio padre entrava in casa e diceva: "spegni quella chitarra del cazzo". Non era mai una chitarra elettrica, o una chitarra acustica, era sempre una chitarra del cazzo». E poi, c'erano le canzoni. «Adam Raised a Cain», fin da quel titolo, «Adamo ha allevato Caino». «Independence Day»: «Papà, non c'è verso che questa casa possa contenerci entrambi, siamo fatti troppo della stessa pasta». Le radici operaie di «Factory»: «Fra questi palazzi di paura, fra queste case di dolore, vedo mio padre entrare nei cancelli della fabbrica sotto la pioggia. La fabbrica gli toglie la salute, la fabbrica gli dà la vita...». Il riavvicinamento: il delicato quadrato padre/figlio/nipote di «My Hometown», i versi bellissimi di «Walk Like a Man»: «Avevo cinque anni, ti seguivo sulla spiaggia, seguendo le tue ombre sulla sabbia, provando a camminare come un uomo».

Fu dopo il tour di «Born in the Usa», nel 1985, che Springsteen e suo padre trascorsero una settimana a pescare in Messico, riavvicinandosi. «Mi sento fortunato di esser stato vicino a mio padre una volta diventato uomo e padre a mia volta», ha dichiarato Bruce in un comunicato diffuso ieri.

Ma Douglas Springsteen non rese mai pubblico questo suo rapporto con il figlio. Lo salutiamo ripensando a quanto ci ha dato, indirettamente, attraverso suo figlio. Si potrebbe fare un disco meraviglioso radunando le canzoni in cui Bruce parla di lui; e oggi ogni «springsteeniano», idealmente, lo ascolterebbe, con commozione, come fosse un disco vero.

IL CASO

Il critico lascia il cinema di Torino. Gianni Rondolino: «Polemica pretestuosa»

La Nestlé sponsorizza il festival? Silvestri si dimette

«Il manifesto» titola: «Il latte nero si rifà il trucco» e accusa la multinazionale alimentare. Gli organizzatori: «A Cannes accade da anni».

Pochi commenti tanta realtà la tv di Mina

ROMA. Pochi commenti, molta realtà anche cruda, grandi film, soprattutto vecchi, grande musica specialmente jazz. È questa la tv che sogna Mina. Rispondendo ad un lettore nella rubrica che settimanalmente tiene su «Liberal», la grande cantante italiana spara a zero sul modo di fare tv di oggi. Secondo Mina, la tv è «divoratrice dei nostri attimi più privati, ingordita di scandali, di pochezze e di immagini virtuali, vomita piatti in quantità industriale e ha decretato che il nostro cervello debba essere soltanto una discarica». Per Mina «esiste una funzione civile per la tv» che «dovrebbe essere uno strumento destinato all'intelligenza».

ROMA. Ci ha pensato qualche giorno, poi mercoledì sera, alla vigilia della conferenza stampa romana, Roberto Silvestri ha telefonato al direttore di Torino Cinema Giovani, Alberto Barbera, per comunicargli che si sarebbe dimesso dal comitato organizzatore: non si sentiva più di firmare accanto ad Alessandra Speciale la retrospettiva dedicata al cinema africano degli ultimi quarant'anni. Motivo? La decisione del festival di farsi sponsorizzare dalla Nestlé, la multinazionale alimentare nel mirino dell'Organizzazione mondiale della sanità per via del latte in polvere commercializzato in Africa. Trattasi di un robusto contributo di circa 400 milioni, ripartiti così: 100 destinati al neonato Premio Nestlé, il cui fine è la distribuzione in Italia di un film ospite del festival scelto da «una giuria composta da non meno di tre membri» nella quale «la Nestlé italiana si riserva il diritto di avere un rappresentante»; 20 milioni da assegnare al regista del film vincitore; 40 milioni per organizzare, insieme al distribu-

tore, dieci anteprime in altrettanti città italiane; 230 milioni per iniziative legate alle nove giornate della sedicesima edizione in programma dal 20 al 28 novembre. In cambio, il logo del Nescafé - definito «sponsor ufficiale» - apparirà sul marchio del festival, accanto a quelli delle varie istituzioni pubbliche e private.

Tanto è bastato a *manifesto*, il quotidiano sul quale scrive Silvestri nonché storico *supporter* del festival, per lanciare un duro attacco sotto il titolo: «Il latte nero si rifà il trucco». Una pagina intera, corredata da un servizio sulle supposte responsabilità della Nestlé, «la multinazionale anti-bambini boicottata in 80 paesi». Prove a carico, secondo il giornale: vendita di latte in polvere in paesi del Terzo mondo dove l'acqua è spesso contaminata da batteri di ogni genere e la sterilizzazione difficilmente praticabile; intimidazioni alla televisione filippina per impedire programmi di informazione sui rischi del latte artificiale; pressioni eser-

citate sulle autorità sudafricane; infrazioni al codice dell'Oms per oltre il 25%, pur essendo la Nestlé in compagnia di Gerber, Mead Jo-



hson, Nutricia e Wyeth».

La Nestlé naturalmente ribatte, parla di un solo caso specifico a suo tempo contestato e poi ridimensionato, cita le attestazioni di stima ottenute da molti paesi e ri-

corda le parole dello stesso ministro Veltroni, che in una lettera diffusa in occasione della conferenza stampa si è detto «convinto della lungimiranza e della bontà dell'iniziativa di affiancare al Festival Cinema Giovani di Torino il Premio Nestlé, sia per il carattere dell'impegno, che si propone di incidere sul mercato della distribuzione, sia per il suo peso qualitativo». Ma il *manifesto* non molla: in viaggio fuori Italia Silvestri, il quotidiano ironizza pesantemente sul marchio della Nestlé, la rondinella che imbecca i piccoli nel nido, ricordando «quanti ne ammazza con il suo latte in polvere»; e, più avanti, Cristina Piccono parla di «bel resting» ad opera della «rondinella furbetta», essendo il festival tori-

nese «uno dei più prestigiosi, vitali e combattivi». E il festival che dice? Il direttore Alberto Barbera è amareggiato: «Non ci hanno dato quei milioni per mettere il loro marchio ovunque. Ci hanno chiesto di fare un progetto insieme e noi abbiamo proposto il premio alla distribuzione, nel rispetto totale della nostra autonomia». Il presidente Gianni Rondolino parla invece di «polemica un po' pretestuosa». «Quando è arrivato la proposta - ammette - abbiamo valutato i pro e i contro, non siamo mica nati ieri. Dopodiché s'è deciso di accettare. A Cannes i gelati Gervais (famiglia Nestlé, ndr) sponsorizzano la sezione Un certain regard, e nessuno si scandalizza. Che faranno quelli del *manifesto* tra due settimane, eviteranno di parlare di Martone e degli altri autori invitati? A Berlino campeggia il marchio della Mercedes, a Locarno quello dell'Unione Banche Svizzere. In base a questo ragionamento non mangeremmo

nemmeno più i Baci Perugini!». Rondolino ricorda inoltre che «la distribuzione dei film, in genere, è il lato debole dei festival: molti titoli importanti non escono mai nelle sale, o sono distribuiti male. In questo senso il Premio Nestlé può aprire una strada, favorire un'integrazione, in vista di un aiuto anche alla produzione».

Polemica chiusa? Gli organizzatori del festival sperano di sì, e invitano gli osservatori a guardare oltre questi «attacchi maligni». In vista della sua sedicesima edizione, la rassegna si ribattezza Torino Film Festival e spedisce in soffitta la dizione Cinema Giovani per allargare le orizzonti delle proposte oltre le opere prime e seconde. «Una scelta "generalista", come ipotizza Lietta Tornabuoni sulla *Stampa*, o semplicemente una variazione nominale per muoversi con più libertà nel mercato sempre più aggressivo dei festival?»

Michele Anselmi