

SCOMPARE

È morto Guglielmo Morandi regista tv dei gialli del tenente Sheridan

È morto a Roma, all'età di 86 anni, il regista televisivo Guglielmo Morandi. Era stato uno dei registi più popolari degli anni '60 e '70 della tv, alla quale ha dedicato 50 anni di attività. Aveva firmato decine di sceneggiati di successo, ma a lui si deve soprattutto la regia di *Giallo Club*, uno dei programmi più seguiti dal pubblico, di cui erano autori Mario Casacci, Alberto Ciambri e Giuseppe Aldo Rossi, che aveva come protagonista il popolare investigatore Ezechiele Sheridan, interpretato da Ubaldo Lay, che per diversi anni era stato trasmesso dalla Rai. Morandi, che aveva lavorato fino a circa dieci anni fa per le reti televisive del servizio pubblico, aveva firmato anche *Don Giovanni in Sicilia* (1977), con protagonisti Domenico Modugno e Rosanna Schiaffino, che era stato uno degli ultimi successi televisivi. Nella sua carriera ha firmato più di mille regie tra teatro, radio e tv.

Concessioni: a rischio Rete A-Mtv

Appello del mondo dello spettacolo. Vita: l'authority sta indagando

ROMA Renzo Arbore, Maurizio Costanzo, Madonna, Renato Manheimer, Gianni Morandi, Sting, Fernanda Pivano, Luca Ronconi, Chicco Testa, Romeo Gigli, Ettore Scola, Valeria Marini, Dolce e Gabbana ed altre personalità della cultura, della musica e dello spettacolo hanno firmato una lettera aperta, pubblicata oggi sui vari quotidiani italiani, in cui manifestano il sostegno a Rete A-Mtv dopo che la graduatoria per l'assegnazione delle concessioni ha collocato Rete A (attraverso la quale trasmette in Italia il canale musicale Mtv) al nono posto (dietro a Rete Mia), cioè tra le tv non ammesse ad ottenere il ri-

novo della concessione. «Ma i firmatari dell'appello saranno stati messi al corrente di tutti i particolari della situazione societaria di Rete A?», replica il sottosegretario alle comunicazioni Vincenzo Vita. «Sull'emittente è in corso un accertamento serio della situazione proprietaria della società da parte dell'authority. E sanno che, comunque, Rete A si è classificata nona in graduatoria rispetto alle otto concessioni?». E prosegue: «Rispettiamo il parere di tanti firmatari dell'appello - aggiunge Vita - ma ci corre l'obbligo di informarli che non certo per nostra volontà non è stato possibile rilasciare la concessione. Non c'è alcun ballottaggio tra Rete A e Rete Mia - ricorda Vita - essendo quest'ultima arrivata ottava in graduatoria, ancorché sia anch'essa oggetto di un approfondimento societario da parte dell'authority. Non possiamo che augurarci che i tempi dell'accertamento da parte dell'authority siano assai celeri affinché il sistema delle emittenti tv nazionali possa ugualmente avere tutte le certezze. A noi preme dare garanzia agli operatori e agli utenti e soprattutto difendere la legalità». La lettera aperta che porta 76 firme è un attestato di stima che riconosce il particolare ruolo di Rete A-Mtv, nel panorama tele-

visivo italiano, la sua importanza per la cultura giovanile e la sua capacità di essere innovativa, divertente, in grado di dare spazio «anche a discorsi sociali. Non vogliamo che il panorama televisivo italiano - conclude la lettera aperta - perda la voce di Rete A-Mtv» qualora non venga rinnovata la concessione a trasmettere da parte del ministero. Rete A, che è di proprietà di Alberto Peruzzo, ha - secondo una nota della società - stipulato un accordo con Mtv nel marzo '97 per creare in Italia una tv dedicata al pubblico giovane. Ed ora ha presentato ricorso al Tar del Lazio.

Summit alla Casa bianca con produttori cinematografici e fabbricanti di armi, guerra tra le stars di Hollywood schierate a difesa di tesi ed interessi opposti, un canale tv che cancella dai suoi programmi (notiziari compresi) la violenza, un processo per concorso in omicidio contro uno dei più noti film pulp, «Natural born killers». La violenza nei film, sulle tv, nei concerti rock, in generale sui media, è negli Usa un «tormentone» che si riaccende ad ogni strage insensata. L'appello lanciato da «Newsweek» a ridurre le scene di violenza nei film, aveva avuto l'ultimo precedente dopo la strage del college di Columbine, nel maggio scorso, quando Clinton aveva denunciato film, tv e videogiochi ed aveva riunito alla Casa Bianca i produttori di Hollywood ed i fabbricanti di armi. Un summit disertato dai grandi nomi del cinema che rifiutano di sentirsi colpevoli di istigazione alla violenza, così come i fabbricanti replicano che la colpa degli omicidi non è di pistole e mitra, ma di chi li usa.

MEDIA & VIOLENZA

In Usa continua la discussione

Repliche in tv? Bene per l'Auditel male per l'umore

Uno studio di «Psicologia e marketing» dice che il palinsesto estivo causa la depressione

ANTONELLA MARRONE

ROMA Replica si, replica no: mini allarme estivo, trambusto sotto l'Auditel, qualche utente consumatore «arrabbiato». Anche quest'anno, insomma, si replica in tv: film, sceneggiati, varietà e *Via col vento*.

Vecchia usanza quella della televisione di rimandare, nei periodi di basso ascolto, come l'estate, trasmissioni che hanno ottenuto un certo successo o che, più sapientemente, costituiscono una parte del ricco patrimonio televisivo (per lo più pubblico). Così si possono riasaporare gli umori sonori delle passate edizioni del Sanremo Tenco, o recuperare gli episodi perduti di *E.R. Medici in prima linea* o rivivere le ironiche diatribe tra Don Camillo e Peppone. Ora, una replica in più o in meno, non ha mai ucciso nessuno. Ma per chi ha solo la televisione come compagnia di vita, l'ostinato ripetersi di volti e scene note, può essere motivo in più di depressione. Questo, almeno, è quanto sostiene la newsletter «Psicologia e marketing» pubblicazione bimestrale, tirata in circa 3000 copie, destinata ad addetti ai lavori. Pubblicata. Lo studio, compiuto su 5000 telespettatori che consumano abitualmente tv d'estate ci fa sapere che la televisione che replica ossessivamente viene vista come un «tradimento che ingenera una ferita emotiva», crea «scrisse di abbandono» che a loro volta ingenerano tristezza e provocano un senso di solitudine in chi la guarda. Altri effetti disdicevoli di questo tipico fenomeno estivo, la percezione di essere «presi in giro», l'odio per il divo tv il cui volto è riproposto a breve distanza («ci ha lasciati soli e ora ci propina roba vecchia»). Vittime designate sono gli abitanti delle grandi città (76% dei casi), in particolare gli anziani (il 39%, secondo gli psicologi è ad altissimo rischio depressivo) e i bambini (29% soprattutto tra i 5 e i 10 anni).

VIDEO & PSICHE

Il caldo e la tv: una miscela «deprimente» per chi resta da solo in città durante l'estate

«Non esiste una causa-effetto, tipo replica-depressione», commenta la psicologa Anna Oliverio Ferraris - ma se il dato è quello di una brutta televisione che allontana dal piccolo schermo, allora è positivo, può essere il momento per scoprire i pregi della vita reale, l'occasione per fare altro». Però chi guarda tanto la televisione, anche d'estate, è probabile che non possa o voglia fare altro (e non è un caso che si parli di anziani e bambini) e che non abbia la capacità di «reagire». Così la tv continua ad essere un «membro» della famiglia, a volte complice, a volte nemico. «Bisogna sapere con quale criterio è stato fatto il questionario e come sono state costruite le domande - sostiene lo psicanalista Claudio Risé - ma potrebbe risultare vero anche il contrario. La tv «vista» potrebbe generare un senso di confidenza, di sicurezza. In fondo sia gli anziani che i bambini amano rileggere spesso le stesse cose, libri e giornali. Per quanto riguarda la depressione, non conosco nessuno studio serio che tratti l'argomento legato all'arrivo dell'estate. Tutti gli operatori del settore sanno che,

Programma	Data	Spettatori	Share
C'era un ragazzo (Rai)	14/7	4.852.000	26%
Linda e il brigadiere (Rai)	15/8	3.183.000	24,85%
Don Camillo (Canale 5)	3/8	3.194.000	18,15%

con l'arrivo del caldo, le manifestazioni depressive, come le infezioni, si aggravano».

Sarà il caldo, sarà quella momentanea sospensione della vita regolare e regolata dai ritmi del lavoro (proprio o altrui), la «vacanza» del tempo, sarà l'assenza di una concepibile «vita alternativa» alla rumorosa presenza dei vicini di casa, dei negozi aperti e delle macchine in doppia fila che suonano a quelle in terza fila, ma in tanto ipotetico, statico meditare sul perché la vita è come la famosa scala di un pollaio, la replica di «Linda e il brigadiere» non parrebbe incidere più di tanto. Anzi secondo i più «caldi» dati Auditel, il pubblico estivo censito cala di oltre la metà passando dai 24 milioni per sera dell'alta stagione al 9 - 10 di luglio e agosto. E, stando sempre agli indici di gradimento, la replica «fun-

ziona», piace. Piace *C'era un ragazzo*, piacciono *Beautiful e Vivere*, piace Don Camillo e Peppone. Piace a molti, ma non a tutti. Per esempio non piace al presidente dell'Aduc (Associazione per i diritti degli utenti e dei consumatori), Vincenzo Donvito, tanto che ha chiesto a Francesco Storace, presidente della Commissione di vigilanza, di fare luce sulle scelte del servizio pubblico. Ma, s'è capito, più che la replica, quello che non va giù a Donvito, è il canone.



IL COMMENTO

PICCOLO SCHERMO D'ESTATE DISGRAZIE ANNUNCIATE

di ENZO COSTA

In alto «Linda e il brigadiere». A fianco Gianni Morandi conduttore del fortunato varietà «C'era un ragazzo». E sotto «Peppone» e Don Camillo»



zione», piace. Piace *C'era un ragazzo*, piacciono *Beautiful e Vivere*, piace Don Camillo e Peppone. Piace a molti, ma non a tutti. Per esempio non piace al presidente dell'Aduc (Associazione per i diritti degli utenti e dei consumatori), Vincenzo Donvito, tanto che ha chiesto a Francesco Storace, presidente della Commissione di vigilanza, di fare luce sulle scelte del servizio pubblico. Ma, s'è capito, più che la replica, quello che non va giù a Donvito, è il canone.



MUSICA E POLEMICHE

Crosby, Havens, Guthrie & Co. Woodstock contro Woodstock

Gli anziani profeti del sogno più luminoso del rock si sono dati appuntamento a Bethel, ottanta miglia a nordovest di New York: qui, sul pratone della fattoria di Max Yasgur trent'anni fa si svolse la «vera» Woodstock, antesignana di tutti i rock festival a venire e rivelazione dell'utopia degli anni sessanta. Qui, in aperta polemica con la megakermesse da supermercato che è stata «Woodstock 99» - conclusasi con incendi e saccheggi - si sono ritrovati a partire da sabato scorso i vecchi compagni di una volta, quelli che si rivelarono ai seicentomila del '69 e al mondo intero certi di cambiare (o forse di averlo già cambiato) il mondo: gente come David Crosby, Ritchie Havens, Arlo Guthrie, Melanie, Johnny Winter, Country Joe McDonald, Garth Udson e Rick Danko della «Band».

Sparuta compagnia di sopravvissuti per i più cinici, veri eredi del sogno della «tre giorni di pace, musica e amore» per i più nostalgici. Costo (popolare) del biglietto 19 dollari e 69 centesimi (contro i 150 dollari della kermesse del mese scorso), titolo dell'happening «A day in the garden», visto

che il marchio «Woodstock» è di esclusiva proprietà di Michael Lang, che fu la mente organizzativa del festival del '69 nonché del festivalone commemorativo del mese scorso a Rome.

A chi li accusa di essere dei patetici rimasugli del passato, Crosby & soci rispondono avendo dalla propria parte la forza della storia e contando anche sui migliaia di «pellegrini» che ogni anno si riversano a Bethel in ricordo dell'indimenticabile tre giorni del '69. I vecchi e i giovani hippies venuti da tutto il continente (anche dal Canada) hanno così assistito al ritorno dei maestri di un tempo, capelli bianchi e ciccia compresa, commuovendosi riascoltando esattamente laddove risuonarono per la prima volta pezzi come *Wooden ships* di Crosby Stills Nash & Young e *Freedom* di Ritchie Havens. Certo, sono mancati i veri pezzi forti: Santana, gli Who, i Jefferson Airplane, Joe Cocker, così com'è persa nelle nebbie del tempo l'epifania voodoo di Jimi Hendrix, che qui suonò al sorgere dell'alba. Ma non importa: ad un sogno non si presenta il conto.



Richie Havens sulla lapide in ricordo dello storico Woodstock del '69

