

Giovedì 15 giugno 2000

18

PRIMATO COMICO

«A qualcuno piace caldo» nella top ten

Tony Curtis e Jack Lemmon in versione travestiti, con la collaborazione di Marilyn Monroe, meritano l'Oscar della comicità assoluta della storia del cinema. Lo ha stabilito l'American Film Institute...

Quel mattacchione di Riccardo III

Si ride molto nella pièce di Shakespeare diretta da Morganti

AGGEO SAVIOLI

ROMA Tra le non poche edizioni, teatrali e anche cinematografiche, del Riccardo III di Shakespeare, viste nel corso di decenni, ci torna alla mente quella (apprezzata pur oltre Maniaca) a firma di Robert Sturua...

segnato da vari «assaggi», nell'attuale allestimento di Claudio Morganti, regista, traduttore, elaboratore del testo, nonché interprete principale (ora, e fino a domenica prossima, nella sala minore dell'India, dopo la «prima» alla Biennale di Venezia, produttrice associata con lo Stabile capitolino e con il Metastasio di Prato).

Si ride, qui, anzi si sghignazza, e parecchio, sulla scena. L'ascesa, che sembra irresistibile, di Riccardo, poi la sua rovinosa, cruenta caduta, componono il disegno di una farsa tragica (se possiamo utilizzare

un termine caro a Ionesco). Ma, certo, da tale orgia di cachinni si comunica, al pubblico, più sensibile, una sottile inquietudine: pensiamo in particolare a quel raduno di infidi sodali e di occulti avversari, attorno a un tavolo (elemento centrale dello spazio dell'azione), che costituisce un punto decisivo del dramma; un vertice mafioso non dovrebbe essere molto differente, ai nostri giorni.

Lo spettacolo (un'ora e cinquanta minuti circa, grazie anche a tagli e snellimenti) è insomma raccomandabile; sebbene

ne qualche riferimento spiccio alla contemporaneità sarebbe forse da eliminare: una sigaretta accesa, un orologio da polso... Attorno a Morganti, una nutrita compagnia, di buon livello complessivo: cordiamo, scusandoci con gli altri, Stefano Jotti, Silvia Guidi, Angela Malfitano, Marco Cavicchioli, Giuseppe Battiston, Roberto Rustioni, Elena Bucci, Toni Bertorelli, Marco Sgroso. Da annotare il contributo di Simone Fini, curatore delle luci. E gli interventi di due batterie, ai lati del proscenio, percorse dagli stessi attori.

NOVITÀ

Aldo Grasso prepara un libro su Mediaset

La storia di Mediaset diventerà un libro e a scriverlo sarà probabilmente il critico televisivo Aldo Grasso. Il volume, su cui Grasso sarebbe già al lavoro, dovrebbe intitolarsi «20 anni di Mediaset» ed uscire per i tipi della Mondadori nel prossimo autunno...

Il giorno del Mediaset-Pride

Berlusconi jr annuncia i successi Auditel: Canale 5 come Raiuno

BRUNO VECCHI

MILANO Dopo un'ora di trionfali riassunti sullo stato dell'azienda, il Delfino mediatico cade sulla buccia di banana della prima domanda: nei programmi futuri è previsto di trasmettere dei programmi anche in stereo? «Non so. Non saprei cosa dire adesso», è la risposta. Ma era al battesimo del fuoco, Pier Silvio Berlusconi. E gli si può perdonare l'impaccio. Certo, «P.S.», la prima domanda della prima conferenza stampa come responsabile di tutte le attività delle reti Mediaset rischia di non scorderla tanto facilmente.



LINEE EDITORIALI

Freccero: «Senza la produzione di fiction Raidue è dimezzata»

«Spero che quella di non produrre fiction non sia una scelta assoluta per Raidue, altrimenti saremmo un rete dimezzata». Carlo Freccero commenta così le linee editoriali scelte per la rete che dirige che prevedono acquisti di fiction e non di produzione. «Le linee editoriali», spiega Freccero, «sono consegnate e bisogna obbedire, perché l'obbedienza fa parte delle virtù di un buon manager Rai. Anche se mi dispiacerebbe perdere del tutto la produzione di fiction originale, come già avvenuto in passato con Incantesimo, Lourdes e tanti altri prodotti deportati di cui potrei fare l'elenco. Perciò auspico che quella indicata non sia una scelta definitiva, abbiamo dei progetti di produzione di fiction che contiamo di realizzare».

Pier Silvio Berlusconi presidente di Mediaset Sotto nella foto piccola il direttore di Raidue Carlo Freccero

ne con cui in autunno il giornalista inizierà il nuovo percorso sulla seconda rete con una prima serata. Poi, il nuovo spettacolo di Marco Paolini dedicato alla strage di Ustica che andrà in onda dalla piazza Santo Stefano di Bologna a vent'anni dalla tragedia. Sempre per la seconda serata, grande spazio al teatro, alla lirica e al cinema italiano di qualità con alcuni film (tra cui Il principe di Homburg di Marco Bellocchio) e, dopo anni di «latitanza», l'arrivo di lo mi ricordo, si mi ricordo di Anna Maria Tatò, dedicata a Marcello Mastroianni. Al cinema sarà dedicato anche «Stracult», in onda dal 19 luglio il mercoledì in seconda serata, magazine in difesa del cinema italiano di Marco Giusti, Sal Mineo, Alberto Piccinini e Stefano Pistorini con la partecipazione di Flavia Vento nel ruolo di una accanita fan di cinema americano e fiction italiana cui però una voce della coscienza ricorderà la grande importanza dei nostri registi e attori.

Ma la Rai attacca: sono dati non corretti

L'ufficio stampa Rai ha diffuso un comunicato sui dati di ascolto. «Se con i dati Auditel trattandosi di numeri non si può giocare, è possibile invece farlo - osserva la nota Rai - andandosi a scegliere quelli relativi a periodi di tempo parziali e favorevoli e se non bastasse anche eliminare dai rilevamenti ufficiali quelli vincenti per la concorrenza. È quello che ha fatto Mediaset comunicando alla stampa risultati d'ascolto scegliendo, in maniera del tutto arbitraria, come periodo di riferimento quello dal 30 gennaio al 9 giugno ed in più ha escluso dai conteggi gli ascolti della settimana in cui è andato in onda il festival di Sanremo. E come se la Rai calcolasse gli ascolti di Mediaset escludendo arbitrariamente quelli di Striscia la notizia».

Ma visto l'aumento di quasi 2 punti percentuali delle reti e i record di ascolti raggiunti, di coraggio ce n'è da vendere nel bunkerone di Mediaset. E di lavoro ne avranno parecchio gli agenti di Pubbitalia: «Noi puntiamo alla qualità editoriale unita alla qualità tipografica d'ascolto per gli utenti pubblicitari». E la regola base di una televisione che, come giustamente sottolinea «P.S.»: «Non è la Rai, perché noi facciamo un altro lavoro e dobbiamo tener conto del

rapporto costi-ascolti. La Rai dovrebbe essere sempre più servizio pubblico. Per loro, la qualità dovrebbe essere un concetto ancora più importante». Invece, si legge tra le righe, a viale Mazzini pensano soltanto a farci concorrenza sullo stesso campo. E altrove, pensano bene di contingentarci la pubblicità. Non fa niente, squallano le trombe nel delirio: «Il fatturato pubblicitario è cresciuto del 15,7% nei primi 6 mesi dell'anno, con un incremento di 350 miliardi», chiude il riassunto Berlusconi Jr. Prima di

passare la parola ai diagrammi del marketing, che girano nel computer come i dollari sul registratore di cassa. In cifre, le reti Mediaset hanno eroso spettatori a Montecarlo e Rai; si sono qualificate come le televisioni per i giovani, mentre la

pubblica comanda nella fascia over 65, che pubblicitariamente non interessa nessuno; hanno raggiunto picchi d'ascolto straordinari con Padre Pio (45,6%), Beautiful (35,2%) e Miliardario (34,0%), con punte vicine al 50% dalle 19.45 alle 20. Sarabanda (17,1%) contro il 16% del karaoke di Fiorello, il contenitore per bambini Bin Bum Bam (64,8%) e trainato come meglio non si poteva il Tg5, che con un 29,4% di share ha in pratica raggiunto il Tg1 (29,6%).

«Un errore, abbiamo sbagliato prodotto», ammette «P.S.». Un errore che in autunno non si ripeterà. E parte il filmato, per spiegare come agli spettatori e, soprattutto, agli utenti pubblicitari. Canale 5, ad esempio, punta a rafforzare la posizione di leader, con grandi film tipo Titanic, il terrificante format olandese Il grande fratello, 10 persone per 100 giorni ripresi 24 ore su 24 dalle telecamere come neanche il Truman Show e vinca il più votato, e Camelot - Squadra emergenza (da stasera alle 21). Italia 1 sarà sempre più giovane e sperimentale, con Zelig che diventerà un appuntamento fisso della stagione. Mentre Rete 4 avrà la partita di Coppa dei Campioni il martedì, Siska, il serial erede di Derrick e Terra Nostra, la telenovela brasiliana sui nostri connazionali, citata perfino dal presidente Ciampi. Quanto all'informazione, Vox Populi, condotta da Mario Giordano, si collegherà via Internet con gli ascoltatori; Rete 4 si darà ad una trasmissione sulla Borsa e il Tg5 avrà un approfondimento il sabato sera in seconda serata. E pare già di vederlo lo Spoini ritrovato, ripetersi di ciò che faceva di là.

SCHEDA DI ADESIONE form with fields for name, address, contact info, and subscription preferences for L'Unità magazine.

L'Unità logo and address information for the editorial office, including contact details for various departments.

L'Unità subscription rates and service information, including prices for different regions and types of subscriptions.

ACCETTAZIONE NECROLOGIE and RICHIESTA COPIE ARRETRATE sections with contact information for advertising and subscription services.