

giovedì 29 novembre 2001

l'Unità | 21

AMBROGIO È TORNATO, MA NON È PIÙ LO STESSO (SESSO)

Roberto Gorla

Ricordate Ambrogio, il fedele, sollecito, autista addetto al soddisfacimento dei non meglio specificati languorini di un'aristocratica dama in giallo? Comparso in sordina, sembrò a tutta prima appartenere a quel modo di comunicare, tipico della Ferrero, così attento alla politica della correttezza da riuscire inevitabilmente insolito, ma col tempo, rivelò una sorprendente natura da pecora nera. Cominciò col approfondire tanta ambiguità nel rapporto con la dama in giallo che ogni puntata si trasformò in una piccola commedia degli equivoci. Intorno alla frequentazione di Ambrogio e la nobildonna che rimandava ad echi letterari degni di un Lawrence, furono immaginate avventure fuori scena cui la pubblicità non poteva dare asilo, ma che maliziose storielle, salaci aneddoti e gustose barzel-

lette, alcune di ferocia estrema, non si peritarono di diffondere. Se il bacio Perugina si posizionava come tramite del romanticismo, ben altre erano le attese di cui la pralina Rochér si faceva complice. La proposizione «ho un certo languorino» entrò nel linguaggio quotidiano con significati di tutt'altra natura, mentre Ambrogio, dopo essersi conquistato un posto nell'immaginario collettivo, crebbe di spessore fino ad assumere ad icona della comunicazione italiana. Con tutta probabilità anche contro le intenzioni di chi lo aveva fin lì sostenuto, che forse spaventato dall'evoluzione ormai incontrollabile della propria creatura, improvvisamente decise di sopprimerla.

Gli dei accecano coloro che vogliono perdere, dicevano gli antichi a giustificazione dell'enormità di certi erro-

ri umani. Che dire, quindi, di chi si proponga di proseguire un mito senza il mito? Si sa quanto sia difficile per un seguito ripetere i fasti dell'opera che l'ha preceduto. È difficile nel cinema e nella letteratura, temerario in pubblicità. Dopo un famoso ma mal riuscito tentativo di far interpretare Ambrogio ad un improbabile Richard Gere, il dio del buon senso avrebbe dovuto suggerire o di abbandonare definitivamente l'idea. Non sappiamo quale divinità sia responsabile del maldestro repechage in onda in questi giorni, certo non deve trattarsi delle più benevoli. Qui la dama in giallo ha ceduto il posto alla figlia. Ma della madre, questa specie di sartina che s'aggira impacciata in un mondo della moda da poveri di spirito con modelli che parlano con la patata in bocca, non sembra aver

ereditato che la «mise» in giallo. Né la classe, né il fascino, né la maliziosa ambiguità materna animano il personaggio che quando si cimenta con la famosa battuta del «certo languorino», più che con un Rochér sarebbe da soccorrere con un Alka Seltzer.

Lo stesso Ambrogio, vuoi per la mancanza della storica partner, vuoi per mimesi con il contesto modaio, quando compare in scena, sembra ridurre da un meeting di autocoerenza gay. Lo spot, partito in discesa, prosegue in picchiata fino alla fine, dove si sfraccella sul claim «La tua voglia di buono» scritto con caratteri più adatti alla lista della spesa che alla pubblicità. Che gli dei siano clementi con questo insigne prodotto e gli concedano lunga vita e fortunata! Nonostante la pubblicità che lo accompagna.

UNA FICTION TV DEDICATA AI GIOVANI DEL '68 E DEL '77. Il Cda Rai ha approvato ieri il progetto di una fiction dedicata ai giovani del '68 e del '77. La nuova fiction Rai, è stato riferito, si intitolerà «La Mejo gioventù», con un richiamo ad una frase di Pier Paolo Pasolini. La regia è affidata a Marco Tullio Giordana, che ha diretto «I cento passi». Soggetto e sceneggiatura sono invece di Rulli e Petraglia, mentre attore protagonista sarà Luigi Lo Cascio.

pol spot

l'Unità
ONLINEnasce
sotto
i vostri
occhi ora
dopo ora

www.unita.it

in scena
teatro | cinema | tv | musical'Unità
ONLINEnasce
sotto
i vostri
occhi ora
dopo ora

www.unita.it

“ La Rai annulla Quiz Show anche se raccoglie molta pubblicità. Tg1 senza scivolo

Silvia Garambois

ROMA Il casellante della Roma-Milano è in serio imbarazzo, ha visto le telecamere, al telefono con invisibili "superiori" balbetta: "Siamo su Raitre". Enrico Papi, l'automobilista, lo corregge: "Su Italia 1". Candid camera per uno spot. Per avvertire il pubblico che quel programma, piccolo piccolo, non è più cosa Rai, è diventato Mediaset. Quando era Rai uno dei primi viaggiatori fu il premio Nobel Dario Fo; per lo spot autopromozionale ora c'è Enrico Papi, quello che non ha mai preso la laurea (secondo una nota pubblicità), accompagnato da Marina La Rosa, starlette del "Grande Fratello". Serve un commento?

La spiegazione del "passaggio" da una tv all'altra è di assoluta, stringente banalità: "Roma-Milano" non era un prodotto di grande successo, è un "format" (ma chi è stato il primo a inventare i format?, chi sarà il dannato nei gironi danzateschi?) e in quanto tale in vendita sui mercati della tv. La Rai aveva terminato la sua programmazione, lo ha ricomprato Mediaset. Nessuno dice che non c'è contratto al mondo in cui non compaiano diritti di prelazione o di opzione, che la Rai, evidentemente, non ha esercitato.

"La Rai è servizio pubblico e spende gran parte del suo tempo e dei suoi soldi per far concorrenza a noi sul terreno commerciale - ha dichiarato Pier Silvio Berlusconi, "nuovo" padrone Mediaset, in un'intervista a Antonio Dipollina su "Repubblica" - Il caso limite lo hanno raggiunto con "Quiz show", quando ci hanno controprogrammato a sorpresa la brutta copia di un nostro prodotto". Detto fatto. Dal 29 dicembre "Quiz show" non sarà più in onda. Piaggeria? Ma no, senso del risparmio. "Quiz show"

costa troppo: qualcuno dice più di cento milioni a puntata. Nessuno dice che ne incassa 300 con le interruzioni pubblicitarie. E neppure che il "Miliardario" costa di più, 150 dichiarati.

La storia del "Quiz show" e della sua fine sta acquistando contorni imbarazzanti, episodio minimo che racconta di lotte intestine alla Rai, di preoccupazioni da Auditel, di resa ad un progetto per la tv pubblica disegnato da altri: dal concorrente. Tutto incomincia in un caldo luglio, con Gad Lerner neo direttore del Tg1, che protesta con il neo direttore di divisione Mario Brugola perché il suo Tg non ha un "traino" decente: il programma "In bocca al lupo" non piace al pubblico, ed il Tg ingrana a marcia bassa, tutto in salita per riacquistare l'ascolto consolidato dell'informazione ammiraglia. Brugola punta sul "Quiz show", gemello del "Miliardario" di Canale 5, soprattutto un quiz ampiamente sperimentato anche all'estero, che fa buoni ascolti. Il direttore di rete, Agostino Saccà, è contrario, ma dura



Gasparri entra nel coro ma una lapide di qualità non fa più bella la Rai

Gasparri ha parlato. Il ministro dice che «ci troviamo di fronte ad un abbassamento oggettivo della qualità dell'offerta televisiva». Non contento di sfondare una porta sfondata, il simpatico rappresentante di governo ammonisce che il servizio pubblico deve porsi il problema un po' più dei privati. Liscio. Poi riflette: «Il Grande Fratello è un'offerta scadente ma evidentemente soddisfa una domanda alla quale la concorrenza non offre alternative». Curioso: toglie Grande Fratello e metteteci «Berlusconi», come suona? Suona come un frivolo colpo di genio: non serve a granché ma accende una luce angolata sulle cose. Il Grande Fratello risponde a una domanda di voyeurismo che esiste (e questo non è male), ma che, in Mediaset, governa e questo è già meno elegante; così come esiste una voglia di Berlusconi (che è l'anima di Mediaset): non è male che esista questa voglia ma è imbarazzante per le giovani generazioni (e anche per i turlupinati pensionati) che questa pulsione governi. Ma puoi offrire tutte le sere «La vita è bella» in alternativa al Grande Fratello senza riuscire a riciclare nella sostanza quella massiccia voglia di voyeurismo. Gasparri magari lo sa e forse punta anche lui a trasformare quella richiesta di qualità, per la Rai, in una bella lapide.

t.j.

EMITTENZA
Mediaset
mangia
Rai

Il piccolo Berlusconi ordina:
a me tutta la pubblicità
e non voglio concorrenza
La Rai cancella il Quiz rivale

Qui sotto,
Roberto Zaccaria,
presidente
della Rai
In basso,
Amadeus,
conduttore
di Quiz show
In alto,
il cavallo
simbolo
della tv
di Stato

progetti

Cutuli-fiction, la famiglia non approva
Zaccaria ai dirigenti: troppa fretta

ROMA Rispetto. È quello che chiede la famiglia di Maria Grazia Cutuli. È quello che chiedono in molti, dopo l'annuncio di una fiction, da realizzare a casa Rai con la produzione della Lux Vide di Ettore Bernabei, sulla vicenda della giornalista del Corriere della Sera uccisa in Afghanistan, un progetto che ha turbato molti per l'inquietante tempestività con cui è stata progettata e annunciata. L'ultimo a parlare è Mario Cutuli, fratello di Maria Grazia. «Per evitare ulteriori equivoci e fraintendimenti - spiega in una nota - a nome mio e di tutta la famiglia, voglio ribadire che siamo profondamente

perplexi sull'iniziativa annunciata a pochi giorni dalla scomparsa di mia sorella e che non abbiamo garantito alcun consenso preventivo alla realizzazione. Piuttosto, invitando tutti gli organi di informazione ad una discrezione rispettosa della memoria di Maria Grazia, noi continuiamo a chiedere che niente sia tralasciato per arrivare a stabilire la prima possibile la verità sulle circostanze della sua morte».

Ma la questione rischia di non lasciare indenne la Rai, dove è partito un botta e risposta polemico abbastanza fragoroso. Una «iniziativa leggermente intempestiva»: così il presidente della Rai ha definito il progetto della fiction. «È una iniziativa di Raifiction e di Ettore Bernabei - ha detto Zaccaria - in consiglio non se ne è ancora parlato, daremo le nostre valutazioni». Una presa di distanza che non è piaciuta per niente al direttore di Raifiction Stefano Munafo: e così tra i due si sono alzati i toni a margine della tavola rotonda su Cinema e fiction di ieri mattina. Motivo del contendere, la mancata comunicazione da parte di Munafo. «Bastava una telefonata», ha detto il presidente a Munafo. Che ha replicato: «Tutta l'ideazione è sottoposta al direttore generale Claudio Cappon e io l'ho informato insieme al capo delle divisione e al direttore di rete. È stato fatto un annuncio pubblico anche per evitare di soccombere alla concorrenza». A quel punto Zaccaria si è irritato ancora di più: «L'annuncio pubblico è una comunicazione che coinvolge l'immagine dell'azienda che ricade poi anche sulla presidenza. Una fiction sulla Cutuli, una cosa così delicata, in cui si apre un dibattito nel paese, forse andava comunicata».

Non finisce qui. Il consigliere Gianpiero Gamaleri definisce «allucinante» il progetto. «Allucinante nei riguardi della famiglia, del giornale cui apparteneva e del giornalismo in generale: è davvero incredibile immaginare, soltanto a pochi giorni da questo gravissimo evento, di poterlo trasformare in una fiction. Si tratta di un'ignobile strumentalizzazione così come rinnovo le mie perplessità riguardo alla fiction ipotizzata su Erika e Omar e i delitti di Novi Ligure».

to d'autore e parassitismo alla Einstein Multimedia che produce "Quiz show" (e che ha acquisito i diritti dall'inglese Action Time). Una causa impossibile, e non solo perché è impossibile stabilire chi ha inventato le trasmissioni a quiz, ma perché "Millionaire" e "Chance of a lifetime" sono effettivamente due format autonomi che si confrontano (anche in tribunale) in diversi Paesi in tutto il mondo. Questa non è una storia all'italiana, ma una storia della tv globalizzata.

Italiana è invece la storia dei nuovi cam-

Ho voglia, dice Piersilvio,
di fare una tv migliore ma
la Rai non me lo permette.
Eliminata La7, vuol restare
l'unico a raccogliere gli
spot

poco su quella sedia: Maurizio Baretta, nuovo direttore di rete, invece è d'accordo. A novembre decolla il programma di Amadeus, ed è subito un successo.

La vicenda finisce in tribunale, perché i produttori di "Chi vuol esser miliardario" (la società londinese Celador, che ha ceduto i diritti all'italiana Aran Endemol) chiedono 15 miliardi di risarcimento per plagio, concorrenza sleale, violazione del diritto

Mediaset ricicla
«Roma-Milano», lasciato
dalla Rai. Dove c'era
Dario Fo compare Enrico
Papi: questa sì che è
qualità

