

OSCAR EUROPEI: JEUNET BATTE MORETTI. MA AI BOTTEGHINI VINCE LA DEMENZA

cine-doc

A FIRENZE IL DOCUMENTARIO IN PASSERELLA
Si svolge a Firenze da domani al 9 dicembre la quarantaduesima edizione del Festival dei popoli, la rassegna internazionale dedicata al film di documentazione sociale. Tra i documentari italiani in concorso *Roma A.D. 000* di Paolo Pisanelli, *Latina littoria* di Gianfranco Pannone e *Chiusura* di Alessandro Rossetto. Nel concorso internazionale figurano *Southern confort* di Kate Davis e *Il caso Pinochet* di Patricio Guzman.

premi

Questa volta Nanni Moretti non ce l'ha fatta. Infatti, «Il favoloso destino di Amelie Poulain», di Jean Pierre Jeunet (quelli di «Delikatessen»), ha vinto l'Oscar Europeo ieri sera a Berlino battendo (anche se per poche misure) «La stanza del figlio». La cerimonia (attesissima, anche perché ambedue le teste di serie dell'occasione sono in corsa per le nomination di quello vero di Oscar, quello americano) si è svolta tra grande trepidazione al Tempodrom di Berlino, la nuova avveniristica struttura costruita vicino alle rovine della vecchia stazione della città, distrutta durante la guerra, una via di mezzo tra un enorme tendone da circo e un palazzetto dello sport, alto 35 metri e che può contenere circa quattromila persone. Oltre a Moretti, erano molti gli italiani candidati. «Amelie» è il

film che, dopo aver spopolato in Francia, è piaciuto molto ai tedeschi e ha fatto dire a Wim Wenders, presidente dell'European Film Academy che assegna i premi: «La migliore promozione per un film viene sempre dal successo di pubblico». In molti avevano interpretato sin dall'inizio queste parole come il segno di una probabile vittoria del film di Jeunet, una specie di risposta bizzarra e fantastica dell'Europa a «Bridget Jones». La magica storia d'amore che ha per protagonista la dolce Audrey Tautou («Una stella emergente che ridà fiducia nel cinema europeo», secondo il solito Wenders) ha infatti già ottenuto più voti della «Stanza del figlio» nelle prime selezioni. Comunque, s'è detto, Moretti non era solo. L'Italia aveva candidato anche Ermanno Olmi (miglior regista), Laura Morante e Stefania Sandrelli

(miglior attrice), Ettore e Silvia Scola, Giacomo e Furio Scarpelli (miglior sceneggiatura per «Concorrenza sleale»), Fabio Olmi (miglior direttore della fotografia). La pattuglia italiana è arricchita da alcuni giovani scelti per consegnare i premi: Anita Caprioli, Fabrizio Gifuni, Sandra Ceccarelli e Sonia Bergamasco. Tra gli altri candidati presenti ieri sera al Tempodrom, anche Alejandro Amenabar, Ben Kingsley, Charlotte Rampling, Ewan McGregor, Danis Tanovic, Isabelle Huppert, Michael Haneke, Patrice Chéreau. In palio, qui a Berlino, il rilancio del cinema europeo: ma intanto a spopolare in Germania è un western tedesco demenziale in cui gli indiani parlano con accento bavarese. Tutti pazzi per «La scarpa di Manitu», i tedeschi hanno fatto di questo insolito film firmato dal

giovane e sconosciuto Michael Herbig un autentico caso: lo hanno visto oltre 10 milioni e mezzo di spettatori, più o meno gli stessi che videro «Titanic». Parodia survoltata e ricca di citazioni da Sergio Leone e Indiana Jones, con tanto di musica che imita quella di Morricone, «La scarpa di Manitu» - che racconta la storia di un indiano che vuole comprare per la sua tribù una Kneipe, locale tipico tedesco situato però nel vecchio West (ricostruito in Spagna) - è un florilegio di battute da caserma, humour demenziale, trama e dialoghi politicamente scorretti (gag sui meridionali di Germania, razzismo omofobico, comicità peccoreccia). Giornali e tv ne parlano come dell'unico film in grado di contrastare la corsa vincente di «Harry Potter». In barba a Moretti, a Jeunet e al cinema d'autore europeo.

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

in scena
teatro | cinema | tv | musica

l'Unità
ONLINE
nasce sotto i vostri occhi ora dopo ora
www.unita.it

“ Radio Italia Network & co va alla casa editrice di Segrate: è solo il primo passo?

Segue dalla prima

Al gruppo del «Sole 24 Ore» rimane invece la totale proprietà di «Radio 24», emittente nazionale fortemente radicata nell'informazione finanziaria e politica che si è conquistata uno spazio rilevante nell'ascolto soprattutto da parte degli opinion leader.

Non siamo ancora alla cessione vera e propria, ma la strada è stata tracciata con una «lettera di intenti» che prevede da parte della A. Mondadori la cessione al «Sole 24 Ore» il proprio 50% della joint venture che edita il mensile «Ventiquattro», mentre il «Sole 24 Ore» trasferirà marchio e diritti di «Portfolio», l'inserto di finanza allegato a «Panorama», alla Mondadori. Con quest'accordo si è chiusa un'operazione da tempo nell'aria e per la quale si era ipotizzato un ruolo di primo piano per il gruppo Hdp-Rizzoli. La società di Cesare Romiti aveva infatti messo in campo 130 miliardi di lire per l'acquisto delle due radio de «Il Sole 24 Ore» poi andate alla Mondadori. Ma la porta resta aperta. Il direttore generale della Rcs Pubblicità, Flavio Biondi, ha infatti recentemente dichiarato: «Ci manca la radio, ma siamo sicuri che entro l'anno prossimo il gruppo avrà la sua emittente»: sfumato l'accordo con «Il Sole 24 Ore», nell'ambiente l'attenzione si è indirizzata verso Rtl 102.5, radio nazionale con un ottimo segnale e buoni ascolti. Nell'ambito della «stazione» si è registrato in questi giorni l'arrivo di Cladio Cecchetto, protagonista di primo piano della radiofonia (è, tra l'altro, l'inventore di DeeJay e poi di Capital), il cui apporto sarà certamente qualificante.

Ma sarà vero che Hdp-Rizzoli ha nel suo futuro Rtl? I bene informati dicono di sì e aggiungono che le trattative si sono intensificate dopo l'accordo Mondadori-Il Sole 24 Ore. Da parte degli interessati, però, non arrivano notizie.

Così come non arrivano notizie in merito ad un'altra trattativa che sarebbe in corso a Milano per la cessione di Radio 101 One-O-One, storica emittente nata nel crogiuolo delle «libere» e caratterizzata da un'attenta informazione. Sarà perché la concessionaria pubblicitaria è la società Sper (oggetto dei passaggi «Il Sole 24 Ore» - Mondadori), sarà perché la piazza milanese sembra in particolare fibrillazione, fatto sta che «i soliti bene informati» danno per certo l'interesse all'acquisto di One-O-One da parte di una società non ancora ben definita ma che sarebbe riconducibile, ancora una volta, all'entourage berlusconiano dato che nel gruppo di gestione della radio ci sarebbero persone di riferimento.

Anche qui s'impone l'interrogativo: vero o falso? Di certo, il movimento c'è e, se fosse confermato, sarebbe preoccupante per gli sviluppi...

Ancora per il gioco del «vero o falso» in molti danno per certo il controllo da parte della casa discografica Bmg - multinazionale della musica e dell'intrattenimento - dei RDS, Radio Dimensione Suono, unica fonte emittente nazionale ad avere sede e studi a Roma. Le smentite piovono di certo a questi «boatos», per alcuni irritanti e irriverenti, ma negli studi le voci

EMITTENZE

Tutte le radio del Presidente

In alto, il presidente del consiglio Silvio Berlusconi



Mondadori (intendi: Berlusconi) mette le mani sull'etere: ecco come cambia la mappa della radiofonia in Italia

corrono e si diffondono trovando ascolto e credibilità nelle «stanze alte».

Non ci sono invece «boatos» per gli altri tre poli - chiamiamoli così - che caratterizzano la nostra geografia radiofonica privata. Ovvero: il Gruppo Editoriale l'Espresso, il Gruppo Finelco e il mondo dell'emittenza religiosa.

Anche la Rizzoli vorrebbe andare «in onda»... secondo i bene informati punta sulle frequenze di Rtl

L'Espresso è saldamente ai vertici con le sue tre emittenti nazionali - DeeJay, Capital, Italia Radio - che si rivolgono a fasce di pubblico differenziate così come le radio del gruppo Finelco - 105 Network, Radio Monte Carlo, 105 Classic - saldamente in mano all'imprenditore Alberto Hazan che, in queste settimane, prevede l'ingresso di un partner finanziario (quota 20%) per lo sviluppo di nuovi progetti.

Quindi le «stazioni» che si riconoscono nell'ambito religioso, ad iniziare da «Radio Maria» (che da Erba irradiava i suoi programmi praticamente ovunque) per passare al «Circuito Marconi», di proprietà della Diocesi di Milano e della San Paolo, del quale fanno parte varie emittenti.

Per completare il panorama sono, doverosamente, da ricordare Radio

Popolare Network con sede a Milano, Lattemiele, Radio Italia solo musica italiana, Radio Radicale Network e quindi le «locali» che ancora resistono in città e paesi.

«Possiamo dire, aldilà di altre considerazioni, che siamo in una fase di scontro fra i vecchi privati dell'etere e nuovi gruppi manageriali che pongono al centro dell'attenzione il marke-

Grande fibrillazione sulla piazza milanese: Radio 101 andrebbe a una società sconosciuta, ma dietro ci sarebbe sempre il Cavaliere

“ Lo scontro è fra i vecchi privati e i nuovi gruppi manageriali: prevale la logica del marketing

caro vecchio etere, globalizzato & corteggiato

«Nella radio c'è davvero il villaggio globale»: Massimo Cotto, direttore artistico RadioUnoRai, non ha dubbi: «La radio è il mezzo più corteggiato, da tutti, ma in particolare dagli imprenditori dello spettacolo e soprattutto della musica perché i giornali hanno una funzione «critica» e non commerciale per i dischi, le riviste di tendenza non fanno nessuna tendenza, la televisione celebra il consolidato. E allora ecco la radio che torna ad appropriarsi del suo ruolo di colonna sonora quotidiana». Una colonna sonora corteggiata dalle case discografiche che qui hanno il loro «trampolino d'oro» ma che, proprio per questo, quasi sempre è appiattita, commercializzata, resa tutta uguale. Ti sposti di programma ma la musica resta la stessa in una play list globalizzata. «C'è bisogno di spazi culturali, informativi e invece predomina la dittatura del mercato, del business. Oggi però viviamo in un momento di forti trasformazioni che possono essere molto positive per l'evoluzione di questo mezzo: il rischio è di arrivare ad un oceano sonoro nel quale tutte le radio si assomigliano e si sovrappongono...».

al.g.

ting, la gestione economica, i bilanci: parole che sono quasi sconosciute in un mondo frastagliato ed elefantico, nonostante la duttilità del mezzo, che ancora caratterizza in gran parte la radiofonia privata - sottolinea Alberto Sacco - Questo però non significa che le radio debbano essere gestite unicamente da «bocconiani» attenti ai numeri e al business perché - come ben sa la nostra generazione nata e cresciuta fra «libere» e «private» - la radio è soprattutto emozione, vitalità, coinvolgimento. Ma la professionalità è un obbligo irrinunciabile».

Per aprire nuovi spazi c'è stata la scelta del «satellite» con emittenti che trasmettono su canali satellitari (come «Blu Sat 2000» ritrasmessa da radio locali) oppure con radio «terrestri» che si sono aperte a questi canali (DeeJay, Rtl, Radio Maria...).

«C'è bisogno di un grande salto perché tutto il mondo è cambiato intorno alla radio - commenta Sacco - lo sviluppo dei canali satellitari, la prossima diffusione della banda larga per Internet può portare ad un'evoluzione moltiplicatrice con la radio che diventa la vera voce per interi gruppi di ascolto, internazionali, con scambi diretti, creazione di club, dibattiti... non significa la creazione di un nuovo portale, ma la costruzione di un nuovo mezzo di comunicazione, facile, amichevole, aperto a tutti e da tutti fruibile». L'augurio, sincero, è che quest'evoluzione «easy» della nostra radio sfugga ad ogni controllo per autogenerarsi nel confronto diretto fra radiofonici e pubblico in uno scambio delle parti e dei ruoli. Utopia? Può essere, ma a noi piace...

Alberto Gedda