

kolossal

CRUISE E SPIELBERG INSIEME NELLA II GUERRA MONDIALE
La casa di produzione di Tom Cruise, la W/C Prods, sta lavorando al progetto di un film che lo avrà come protagonista con Steven Spielberg regista. Si tratta di un progetto di co-produzione con la Dreamworks di Spielberg che vedrà l'attore e il regista di nuovo insieme dopo aver lavorato a *Minority Report*. *Ghost Soldiers* racconta la storia di alcuni sopravvissuti alla Seconda Guerra Mondiale, che rimangono reclusi in un campo di prigionia in Giappone per tre anni dopo la fine del conflitto.

pol spot

«BUONASEERA!», L'ULTIMO TORMENTONE SPOT È UN FELICE SORRISO (FORSE INUTILE)

Roberto Gorla

Quelli che sostengono che la pubblicità sia un male, non siano così pessimisti: così come qualche volta accade per i mali, non tutta la pubblicità viene per nuocere. Può succedere che l'anima del commercio porti con sé un moto di meraviglia, uno squarcio di bellezza, un lampo d'intelligenza e ce li lasci in cambio di quel po' d'attenzione che le è riuscito di sottrarci. Non accade solo nella pubblicità degli altri, ma «per mostro o miracolo talvolta», accade anche qui da noi, in questa provincia dell'impero pubblicitario, normalmente così lontana dal centro della qualità. Una bella ragazza in abito da sera, litiga al telefono con il fidanzato che sta mancando all'appuntamento. La discussione, si sa come sono fatte le pareti delle case d'oggi, giunge fino alle orecchie del vicino del

piano di sotto, un tale con l'aria da scapalone impennante, intento a lavarsi i piatti. «Sai che faccio?» urla la ragazza al colmo dell'ira «Esco lo stesso e me ne vado con il primo che incontro!». Esce e chi l'incontra sul pianerottolo? Il vicino di casa che in grembiule e guanti di gomma, l'accoglie scendendo un «Buonaseera!» carico di sottintesi. «Cogli l'attimo!» interviene una voce fuori campo, invitando a non perdere l'occasione di un'auto Fiat, in offerta speciale. Nel secondo spot assistiamo ad un abbordaggio davvero fuori dagli schemi. Non solo è la donna, una bionda da sbarco, a prendere l'iniziativa, ma le sue attenzioni sono rivolte ad un tal piccoletto che a mala pena le arriva al giro vita. Che avrà costui, di tanto speciale, da suscitare la bramosia di tanta bellezza? Lo scopri-

mo pochi secondi più in là, quando ritroviamo la bella in compagnia del piccoletto ed altri quattro tipetti della stessa taglia e, diligente, uno speaker c'informa che per partecipare al grande concorso Campari, basta raccogliere cinque tappi. I due spot, lontani fra loro nello stile (popolare il primo, elegante e rarefatto il secondo) sono vicini per la trovata creativa con cui riscattano in maniera ironica e divertente la comunicazione di eventi tutt'altro che originali. Di promozioni del genere se ne contano a centinaia, ma non è proprio quello di rendere speciale la banalità, uno dei compiti principali della creatività? Certo, i due spot non possiedono né il respiro né lo spessore che si addicono ad una campagna. Il primo è troppo adatto a qualsiasi prodotto in offerta: perfetto per un

derivato da piatti. Il secondo è un po' troppo pilotato dalla doppia accezione della parola tappo. Entrambi sono però un buon esempio di professionalità. Siamo talmente abituati alle balordaggini di un certo genere di pubblicità, che pretende d'imbonirci con barzellette che fanno ridere solo chi le racconta, che questi due perfettamente riusciti tentativi di strapparci un sorriso ci appaiono straordinari. E non è improbabile che quel «Buonaseera!», recitato alla «vitellona», almeno per un po', lo si ritrovi nel linguaggio quotidiano. Diceva il Foscolo che «un sorriso può aggiungere un filo alla trama sottilissima della vita». Oggi la pubblicità italiana, forse per riscattarsi dall'odore di spazzatura che spesso l'accompagna, ce ne regala ben due. Non è poco. (robertogorla@libero.it)

Il giudice dice sì alla fiction

Via libera a Soffiantini tv

Lo sceneggiato con Michele Placido da stasera su Canale 5

Oreste Pivetta

record in tv

Davanti a Perlasca 12 milioni di italiani

Tra carabinieri in servizio e carabinieri in pensione, squadre omicide e magistrati d'assalto, portinai curiosi e nonni premurosi, ormai tutto è fiction. Anzi l'Italia si specchia nella sua fiction che è sempre meglio della verità, ma qualche volta dice di più della verità (o dice di più in modo del tutto inconsapevole): basterebbe pensare a certi crudelissimi "interni borghesi" di certe banalissime telenovelas. Con gli indici di ascolto che si tengono alti, poco o nulla sfugge alla fiction, che adesso inaugura anche la sua stagione dei sequestri, quella che nella realtà durò un paio di decenni, anni settanta e ottanta, con una coda di fine secolo, la stagione che tenne tante persone con il fiato sospeso, provocò tanti lutti e tante lacrime, aggiunse qualche buco nero ai già numerosi buchi neri della nostra storia nazionale. Non sarà un caso che *Il sequestro Soffiantini* versione tv sia dovuto passare anche da un tribunale. Il giudice Marzia Cruciani della prima sezione del Tribunale civile di Roma ha ieri rigettato il ricorso d'urgenza con il quale i legali di Giovanni Farina, condannato a 28 anni e mezzo in primo grado per il rapimento dell'industriale bresciano, avevano chiesto il blocco della fiction che, pertanto, andrà in onda regolarmente stasera e domani su Canale 5 in prima serata.

Grande successo per *Perlasca*, il film tv con Luca Zingaretti che ha suggellato lunedì sera le iniziative della Rai per il Giorno della Memoria: 11 milioni e mezzo di spettatori (11.468.000), pari al 38,91% di share, hanno seguito su Raiuno la prima parte della miniserie diretta da Alberto Negrin e dedicata a «un eroe italiano». Un risultato tra i migliori degli ultimi anni per la fiction televisiva. *Perlasca* ha raggiunto il picco intorno alle 22: 13.267.000 con il 45%. Nell'ultimo minuto, l'ascolto è stato di 12.130.000 (45,68%). «Il film tv di Raiuno - ha detto il direttore generale della Rai Claudio Cappon - rappresenta un nuovo e importante successo della Rai e della sua fiction che, in un

momento in cui la tv appare talvolta come schiacciata sul presente, riesce a recuperare attraverso le storie di personaggi famosi e non, i fili della nostra storia e della nostra memoria condivisa. Questo impegno, far conoscere, capire e non dimenticare, viene svolto, durante tutto l'anno, da tanti altri programmi radio e tv». Il *Fatto* di Enzo Biagi, che precedeva lo sceneggiato proponendo un'intervista alla vedova di Perlasca, ha registrato un ascolto di 7.178.000, pari al 25,15%. Il risultato di *Perlasca* rappresenta il record di stagione (il precedente era stato stabilito ancora su Raiuno l'8 gennaio dalla seconda parte di *Maria José*, l'ultima regina, oltre 9 milioni e mezzo con il 33%), ma anche il miglior risultato rispetto alle fiction del 2001: le più viste erano state *Come l'America* con Sabrina Ferilli (oltre 9 milioni e il 32% nella prima puntata, 9.400.000 e il 34% nella seconda), la terza serie del *Maresciallo Rocca* (con una media di 9.200.000) e, su Canale 5, la seconda parte della *Uno Bianca* (quasi 10 milioni e il 34,9%).

sario Corrias, regia di Riccardo Milani. Soffiantini fu uno dei tanti e tra i più fortunati. Quando lo liberarono, lo vedemmo, naturalmente in tv, smagrito, lo sguardo intenso provato dalla fatica e dal patimento, con la barba lunga di un affascinante profeta. L'altro giorno, per presentare il film sulla sua storia, ha lucidamente confessato: «La sofferenza più grande non è



Michele Placido nei panni di Giuseppe Soffiantini

fammi vivere ancora a lungo».

Giuseppe Soffiantini passò da sequestrato 237 giorni della sua vita, quasi otto mesi, da una sera sfortunata e calda del giugno 1997, il 17 giugno. I banditi lo sorpresero nella sua villa di Manerbio, lasciarono la moglie legata, lo trascinarono via e lo nascosero tra i boschi della Toscana. Il suo rapimento capitò quando da tempo una legge bloccava i beni del sequestrato per impedire il pagamento del riscatto e quindi togliere ai sequestratori la ragione prima del sequestro. Naturalmente le leggi si fanno e poi si aggirano, in questo caso con grandi difficoltà per i familiari di Soffiantini, che pagarono pesantemente la liberazione del loro caro. Alla liberazione seguirono indagini che portarono all'arresto dei presunti colpevoli, uno dei quali Giovanni Farina, che s'era rifugiato in Australia. E proprio in Australia Giuseppe Soffiantini dovette "riconoscere" il suo carcere. Il riconoscimento era solo uno degli elementi per la concessione dell'estradizione. Ma il riconoscimento non avvenne. Dirà poi Soffiantini: «Se lo avessi riconosciuto, l'avrei detto: non potevo riconoscere in quell'ometto piccolo che ho incontrato in carcere quell'uomo grande e grosso capace di portare zaino, mitraglietta e a volte anche me, per le montagne ore e ore». Nello sceneggiato Soffiantini ci riprova: per un attimo, in un cameo, si sostituisce a Michele Placido, regalando l'emozione della sua "partecipazione straordinaria".

Proprio Farina ha tenuto in ansia produttori e programmatori di Canale 5, chiedendo l'altro sequestro, quello dello sceneggiato: avrebbe potuto influenzare i giudici dell'appello. Ma il tribunale civile gli ha dato torto: «Lo sceneggiato si risolve nella narrazione di una vicenda vissuta proposta evidentemente quale ricostruzione personale del soggetto protagonista». Così il tribunale ci aiuta a capire che cosa potremo vedere stasera e domani sera: una tragica vicenda rivissuta dalla vittima, la sua vita in prigione, i sentimenti dei suoi familiari. Non un "giallo" dunque, ma un mosaico di sentimenti, segnando la traccia della "confessione-biografia", che lo stesso Soffiantini ha affidato a un libro pubblicato da Baldini & Castoldi, *Il mio sequestro*.

Il sequestro Soffiantini fece altre vittime: l'ispettore dei Nocs Samuele Donatoni, ucciso durante un blitz per sorrendere i rapitori, e il generale dei carabinieri Francesco Delfino, condannato per truffa perché aveva preteso dai familiari di Soffiantini un miliardo in cambio di una mediazione con i sequestratori.

quella del sequestrato, ma quella di chi è a casa». Parole di un uomo coraggioso che sente il dramma dell'impotenza di chi aspetta e che allo stesso tempo avverte una propria responsabilità. «Non sono né un eroe, né un uomo eccezionale - ha raccontato Soffiantini - ma il fatto è che essere sequestrati fa trovare alle persone risorse inaspettate. Sono stato aiutato

dalla fede, dalla natura da cui ero circondato, ma soprattutto dall'amore per i miei familiari. Mi ricordo come a un certo punto, quando ho capito che stavo per essere liberato, mi sono appellato a Dio chiedendogli: «Adesso almeno permettimi di farmi arrivare vivo a salutarli». E, poi, appena raggiunta casa, sempre rivolto a Dio gli ho detto: «Ora non facciamo scherzi,

Una lunga risposta tv alle osservazioni del giornale sui diversi pesi usati per fare le pulci al Tg1 e al Tg5 che affascina il direttore di Raiuno Saccà

Striscia disse: cara Unità, sui tg siamo imparziali

Gli articoli dell'Unità su *Striscia la notizia* sono finiti a Striscia la notizia. Alla maniera di Striscia. Nell'edizione dell'altra sera del «tg satirico» di Antonio Ricci (dieci milioni di ascoltatori, con picchi assai superiori, fino a 17 milioni quando parla dei «tg taroccati») Ezio Greggio ha citato ampiamente l'articolo del nostro giornale sull'Osservatorio dei Ds sull'informazione radio-tv, in particolare dove si segnala come la trasmissione di Canale 5 attacchi in modo ormai quotidiano il Tg1 ignorando, di fatto, i «tarocamenti» degli altri telegiornali, a partire dal Tg2. *Striscia* ha così mandato in replica il lungo servizio sull'incontro Berlusconi-Bush (quello passato alla storia soprattutto per la pappera del nostro premier), in cui - nell'edizione della notte - prima il Tg 5 e poi il Tg 1 fanno ascoltare in voce Berlusconi che definisce l'America come difensore della «realità», termine subito corretto in «libertà», e le edizioni seguenti del Tg2 e del Tg4 che riescono a «taroccare» il servizio, correggendo in moviola il premier ed evitandogli la figuraccia. Una storiella da *Paperissima*.

Secondo Ricci e Greggio questo servizio è dimostrazione «dell'assoluta imparzialità» di *Striscia*: anzi, Greggio ha aggiunto anche un sermone in cui ha spiegato che se negli ultimi tempi hanno preso di mira in particolare il Tg1 è per aiutare «i colleghi - nel senso dei comici - di questa testata», perché la piantano di manipolare e omettere le notizie.

Ma il servizio non era concluso: la giornalista dell'Unità (la sottoscritta) ha avuto ancora l'onore di essere citata ai milioni di telespettatori di *Striscia*, a proposito di un altro articolo sulla trasmissione, pubblicato una decina di giorni fa, quando il nostro giornale ha ritenuto doveroso segnalare l'aggressione al Tg1 «a testa bassa» da parte del programma satirico che continua a definirsi «imparziale»; il titolo era «A quando le bombe sul Tg5?». Qui l'attacco si è fatto personale, *Striscia* ha parlato di schizofrenia, perché proprio io - non in quanto giornalista, ma come responsabile sindacale - alcune settimane prima avrei «bacchettato *Striscia*» per aver denunciato il «tarocamento» di un giornalista del Tg5. E personalmente replico, spiegando quello che, in malafede, non è stato detto in tv: nei mesi scorsi sono intervenuta con un comunicato stampa in quanto Segretaria del sindacato dei giornalisti del Lazio, l'Associazione Stampa

Romana, in cui doverosamente segnalavo come - pur nel pieno rispetto della satira, elemento di democrazia - *Striscia* (allora in piena «satira di guerra») aveva sbeffeggiato un collega del Tg5 che, proprio quel giorno, piangeva i colleghi assassinati in Afghanistan, e con cui solo per un caso non si era trovato al momento dell'attacco dei talebani. Insomma, si segnalava allora una questione di stile.

La questione dell'oggi resta l'attacco - innegabile - di *Striscia* al Tg1 e ad alcuni suoi «volti» presi a simbolo. E su questo fronte ci sono due dati di cronaca: la presa di posizione di Albino Longhi, direttore del Tg1, e quella di Agostino Saccà, direttore di Raiuno. Longhi, in una lettera, ricorda come solo un mese

fa sarebbe stato difficile parlare di «declino» per un «tg che che nel 2001 ha migliorato gli ascolti e confermato una costante superiorità rispetto al Tg5, nell'ordine di 4-5 punti di share». E cosa è successo a gennaio? «Una scelta sbagliata di palinsesto - scrive Longhi - ha penalizzato il Tg1, che tutte le sere rimonta un handicap pesantissimo». Ma è anche prendendo a pretesto «il tormentone di *Striscia la notizia*, protagonista di una campagna denigratoria che va ben oltre il legittimo esercizio di satira» che il direttore del Tg1 ragiona su un'eventuale «perdita di identità pubblica» della testata: e qui i dati, secondo Longhi, indicano un pubblico trasversale, e quindi un tg «che viene recepito come organo di informazione del servizio

pubblico, ispirato ai valori (o ai doveri) dell'imparzialità e del pluralismo». Nonostante gli attacchi. Che arrivano prima di tutto - per passare a cose serie - dall'interno della Rai. Alla commissione di Vigilanza sulla Rai, proprio ieri, Agostino Saccà ha infatti dichiarato di voler «fare chiarezza» sull'argomento: «Fino ad ora - ha detto - sono stato sempre zitto, perché non volevo polemizzare con il Tg1. Ma il dato è chiaro: quando la Vita in diretta passa la linea ai titoli del Tg1 il 3% degli ascoltatori scappa. Su Canale 5, invece, quando viene annunciato il Tg5 si passa dal 24,7% al 28%. Questo semmai - ha sottolineato Saccà - si chiama fascino del Tg5...». Ricci è stato surclassato.

s. gar.

che senso ha

Ricci, l'atomica contro la fionda non è un buon esempio di satira

Silvia Garambois

Serenamente, ma fermamente. *Striscia la notizia* è uno spettacolo, è satira, deve fare ascolto, vince se fa ascolto. E fa grandi, grandissimi ascolti. Antonio Ricci sa perfettamente, e lo dichiara, di avere tra le mani una «atomica». Sa, e lo dichiara, che i giornalisti della carta stampata che osano criticarlo hanno in mano una «fionda». Il calcolo è quasi matematico: *Striscia* ha un ascolto intorno ai dieci milioni di telespettatori, l'Unità intorno alle ottantamila copie di giornale diffuse.

Avere un'arma micidiale è pericoloso anche per chi la usa. Il gioco dello smascheramento dell'informazione «taroccata» del Tg1 si è trasformato in uno degli elementi chiave della trasmissione di Canale 5 ma anche in uno strumento eccezionale per chi, per ben altri fini, gioca al massacro della tv pubblica, alla sua delegittimazione. E però anche questo, in democrazia, è legittimo. Anche la faziosità è legittima, soprattutto in una trasmissione di satira. È sufficiente non dichiarare la propria imparzialità, che non c'è. Ed è altrettanto legittimo - anzi: è doveroso - per un giornale, per l'Unità, l'esercizio del proprio diritto di critica, soprattutto di fronte a questa imparzialità che non c'è. Soprattutto di fronte ad un attacco che acquista - volente o no lo stesso Ricci - risvolti politici preoccupanti per la libertà d'informazione.

È troppo intelligente e capace Ricci, e con lui Ezio Greggio e Enzo Lachetti, per non sapere che un conto è l'aggressione sistematica ai giornalisti del Tg1 e altro il gioco sui fuori onda di Emilio Fede o sul gattino che attraversa lo studio del Tg5 (non ci vengono in mente molti altri esempi, ed anche questo sarà pur un segnale). Non insistano, con ipocrisia (termine di origine greca, indica gli attori), sulla loro imparzialità. Fanno satira, è un bel mestiere. Non buttino le atomiche contro le fionde dei giornalisti, perché punti dalle loro critiche. Anzi: lo facciano pure, se lo ritengono divertente e oggetto di satira. Se non è aggressione politica, sorrideremo anche noi.

le lettere

Ghione si spiega: tranquilli non facevo pubblicità occulta

«Nell'articolo dell'altro ieri si parla di me in questi termini: "il bell'invitato di *Striscia* che - secondo *Studio Aperto* - fa pubblicità occulta alla Motorola indossando il cappellino con il marchio, e ottenendone, in cambio, una vacanza esotica...». A parte che nel mio tempo libero o per la mia professione - l'attore - posso interpretare qualsiasi reclame, nel pezzo di ieri pare che io abbia fatto pubblicità occulta all'interno di *Striscia la notizia*, cosa che non è mai successa (figuriamoci all'interno del Tg satirico che da anni evidenzia tale pratica!). La circostanza alla quale si riferiva *Studio Aperto* era un torneo di tennis estivo tra personaggi dello spettacolo (catego-

ria alla quale appartengo) e sportivi (categoria di cui mi piacerebbe fare parte). Certo, l'evento, per il quale non era prevista alcuna ripresa televisiva, era sponsorizzato, ma da qui a dire che faccio pubblicità occulta partecipando, ce ne corre. Allora che dovrei dire dei giornalisti del Tg1 con i quali ho giocato sabato scorso a pallone che indossavano magliette sponsorizzate? Erano forse dei venduti? Non credo proprio. Infine nessuna vacanza esotica in premio: il torneo si svolgeva al Circeo, dove mi sono trattenuto due giorni e mezzo e che non è propriamente una località tropicale. L'unico elemento esotico, poi, era il mio sudore».

Jimmy Ghione

Studio aperto precisa: il Circeo non è esotico

«A seguito di quanto pubblicato lunedì 28 gennaio su l'Unità nell'articolo «*Striscia*, il Tg1, Fedè: chi tarocca di più al gioco dell'informazione?» mi fa piacere notare che sia stata scoperta la chicca di *Studio Aperto*... su quelli che ottengono il permesso di andare in auto con lo smog». Per quanto riguarda Jimmy Ghione, inviato di *Striscia* che «fa pubblicità occulta alla Motorola indossando il cappellino con il marchio, e ottenendo in cambio, una vacanza esotica...» vorrei precisare che il pezzo in questione era stato realizzato quest'estate in merito alle vacanze gratis di cui gode molta gente dello spettacolo ma siamo ancora abbastanza sani di mente da non confondere un villaggio del Circeo con una splendida località esotica».

Mario Giordano (direttore di Studio Aperto)