

protagonisti

FRANCESCO NUTI TORNA SUL SET COME ATTORE

Francesco Nuti potrebbe tornare sul set. L'attore e regista toscano, che ha pubblicamente minacciato il suicidio perché non trova lavoro nel cinema, è stato contattato per una parte in «Concorso di suicidio». Il film vede alla regia Claudio Fragasso, che ne ha scritto la sceneggiatura con Rossella Drudi, ed è prodotto da Blu cinematografiche. Per il lungometraggio, un giallo ambientato nel 1978 e in fase di pre-produzione, sono stati contattati anche Ricky Tognazzi e Luca Word, ma il cast non è ancora definito. Nuti non esclude di poter tornare anche a girare film come regista.

auguri

QUEL NANNI MORETTI, NON VORRÀ MICA COMPIERE CINQUANT'ANNI?

Alberto Crespi

Caro Nanni, tanti auguri. Ecco: un pezzo sui 50 anni di Moretti dovrebbe iniziare, e finire così. Una riga scarsa. Fine. E invece, bisogna continuare. Perché certi compleanni diventano un «evento» mediatico - parola che a Nanni sicuramente non piace, come «trendy» - e perché negli ultimi dieci anni, da quando ha annunciato al mondo di essere diventato «uno splendido quarantenne», tutto ciò che Nanni ha combinato ha fatto notizia. Da Caro diario al diario politico-paterno di Aprile, dallo straordinario successo di La stanza del figlio (con Palma d'oro a Cannes) alla stagione dei girotondi, Nanni Moretti fa parlare di sé appena si muove. È la coscienza civile degli spettatori di sinistra, è un fastidioso grillo parlante per gli spettatori di destra. È un uomo che divide.

Manco fosse un politico (e molti vorrebbero che lo diventasse). Proprio questo, oggi, vorremmo evitare: da un lato trattare Moretti come un politico qualsiasi (non lo è), dall'altro usare il suo compleanno per confezionargli una biografia che rischierebbe di sembrare un necrologio ante-litteram. I compleanni sono un fatto privato, talmente privato che c'è anche chi preferisce non festeggiarli affatto. Tentiamo, allora, un paragone. Jeri ha compiuto 60 anni Gianni Rivera. Oggi ne compie 50 Nanni Moretti. Non c'è poi una gran differenza fra i 60 e i 50 anni: solo un decennio. Eppure Rivera appartiene al passato, Moretti è un protagonista del nostro presente. Perché l'attività politica di Rivera - che pure si è svolta, e si svolge, in modo dignitosissimo - non è

minimamente all'altezza del suo passato di calciatore, e il calcio è un «mestiere» irrimediabilmente legato alla giovinezza; mentre il cinema, almeno come l'ha praticato e lo pratica Moretti, è veramente qualcosa di miracoloso. Perché Moretti ha fatto film fortemente generazionali, ha messo sempre in scena se stesso documentando in qualche modo la propria crescita artistica e anagrafica; e in questo modo non si è mai fossilizzato, ha raccontato momenti della nostra (e della sua) storia senza però fermarsi, fissarsi in un'immagine univoca. Sì, Moretti ha saputo passare da film fortemente connotati come Io sono un autarchico ed Ecce Bombo, che potevano essere girati solo a Roma, solo in quell'ambiente sociale, e solo in quegli anni; al film più universale che il cinema italiano

ci abbia regalato negli ultimi tempi. La stanza del figlio, dove si narra un tema così universale da saper commuovere i pubblici di tutto il mondo (e dove si mette in scena, per inciso, uno struggente desiderio di paternità: esattamente come in La vita è bella di Benigni, l'unico altro film italiano davvero «internazionale», nel senso buono, di questi anni). I Nanni Moretti che ci hanno accompagnato dagli anni '70 ad oggi sono stati tanti: il primo era un buffo ventenne, poi è arrivato un isipido trentenne, poi un tragicomico trentaseienne (quel «magico» e maledetto '89, con Palombella rossa e La cosa), poi lo splendido quarantenne e oggi questo cinquantenne per il quale dobbiamo ancora scegliere un aggettivo. Intanto gli rifacciamo gli auguri. Per oggi, è l'unica cosa che conta.

I grandi scrittori e l'Unità

il 1° volume in edicola con l'Unità a € 3,30 in più

in scena

teatro | cinema | tv | musica

I grandi scrittori e l'Unità

il 1° volume in edicola con l'Unità a € 3,30 in più

Silvia Boschero

MUSICA SATELLITARE

Solo supergiovani, please!



Giorgia Surina, conduttrice di Mtv. Qui sotto, il quartier generale di Sky

Dalla dance al pop, dal rock alla musica latina. Mtv Brand New, Mtv Hits, Video Italia, DeeJay Tv, Matchmusic, 102&5 Hit Channel, Rock Tv: l'offerta pare allettante, almeno in termini di quantità... ci sarà pur qualcosa di buono tra i ben sette canali sette che vanno a comporre l'offerta musicale della nuova piattaforma del colosso satellitare Sky! E invece non è detto, se non siete nella fascia di pubblico contemplato. Se vi piace la musica italiana da esportazione ad esempio, dormirete sonni tranquilli cullati dai gemiti di Laura Pausini trasmessi da Video Italia, mentre se siete sostenitori strenui del singolo da classifica (meglio se adolescenziale), sintonizzatevi sul nuovo canale a pagamento Mtv Hits. Già, ma se siamo degli insopportabili adulti che si credono modernissimi e ascoltano da Aphex Twin ai Radiohead passando per Miles Davis, cosa facciamo? Non ci abboniamo a Sky, perché per il cosiddetto target «adult-oriented» non c'è trippa per gatti. Anzi, la nuova piattaforma ha visto la magica sparizione di un canale tematico di grande qualità come Raisat Show, dove la musica veniva apprezzata in maniera demodé ma critica e approfondita. Insomma, niente di nuovo sotto il sole, tra mancanza di soldi, poche idee (ma confuse), e la consueta «normalizzazione» della musica.

Sua santità il videoclip

Forse la colpa è tutta sua: del videoclip. Avevete mai visto un video di Richard Galliano? Di Caetano Veloso? Di Fela Kuti? Forse alle quattro di notte. I video degli artisti che non rientrano nei circuiti del pop non si fanno, o si fanno sotto i livelli considerati «di qualità» dalle emittenti e quindi non vengono trasmessi.

Ma non è l'unico problema. Tutti e sette i canali sono accomunati da un'assenza: quella delle grandi produzioni, di programmi fatti in proprio, a favore di un gigantesco jukebox audio-visivo di videoclip: «Si tratta di un segmento di mercato in cui si sono sviluppati due modelli televisivi - spiega Marcello Berengo Gardin, direttore della rivista Satellite - il primo fatto di soli videoclip, in cui l'intervento dei conduttori è praticamente assente e si lavora solo sul brand dell'emittente per fidelizzare il pubblico (Deejay Tv), e all'estremo opposto il modello Mtv, in cui il clip è diventato un elemento di contorno ad una programmazione piuttosto generalista, "targhettizzata" sulla fascia dei giovani e basata su fiction o cartoon comprati all'estero». Quel che manca (oltre a tutta la musica che ognuno di noi ascolta in concerto ma che non produce videoclip) è una tv musicale sullo stile di Vh1, o Vh1 Classic, il canale americano destinato ad un pubblico piuttosto adulto, sia nei format (approfondimenti, speciali) che nella scelta dei video musicali. Che si parli di musica o di tutta la piattaforma, è comunque troppo presto per tirare le somme: «Siamo ancora un momento confuso - prosegue Gardin - chi viene da Stream percepisce un netto miglioramento del prodotto, chi viene da Telepiù non vede di buon occhio la popolarizzazione dei contenuti. Molti lamentano la dipartita di canali come Raisat Show e Raisat Art.

Un esempio: mentre prima il David Letterman Show andava in onda tra uno spettacolo e uno speciale musicale, oggi, sul canale che è nato sulle ceneri di questi due, Raisat Extra, Letterman è infilato tra il Paolo Limiti Show e le repliche dei programmi Rai del giorno prima».

Mtv sulla piattaforma targata Murdoch si sdoppia. Poi ci saranno Video Italia, Matchmusic, Rock Tv e altri: solo per ragazzini

Saranno sette i canali musicali del colosso satellitare Sky: videoclip 24 ore al giorno, una vagonata di pop adolescenziale, di uogle italiche, di ritmi discotecari, di rock da classifica. E per il pubblico che cerca suoni di qualità? Zero assoluto

monopoli

Vuoi salvare il documentario? Diventa anche tu produttore

Edoardo Semmola

FIRENZE Il film di documentazione italiano ha raccontato i Social forum, da Genova a Firenze. Le grandi manifestazioni sindacali. I disastri ecologici come l'affondamento della petroliera Prestige. Che Rai e Mediaset abbiano smesso da tempo di interessarsi a questa forma di comunicazione è risaputo. Tuttavia, il documentario era riuscito a sopravvivere nell'isola felice di Tele+: l'unica emittente che ancora li produceva e acquistava. Adesso però Tele+ ci ha lasciato, dopo la fusione con Stream e la conseguente nascita di Sky tv, in un regime di sostanziale monopolio. Lasciando questa forma di espressione filmica priva di qualsiasi garanzia di sopravvivenza: in sostanza, la legge di mercato ha dato la sua stocata mortale al documentario in Italia. Ora, un'ancora di salvezza gli viene lanciata da Firenze. Un'ancora dal nome suggestivo, «Associazione Sherwo-

od», che ha intrapreso una campagna nazionale per correre in aiuto del documentario. Perché «Sherwood»? Perché abbiamo di fronte due sceriffi di Nottingham molto agguerriti - ironizza Stefano Stefani dell'Atelier di Firenze, ideatore del progetto - Berlusconi e Murdoch, ostili al documentario». Sherwood ha lanciato il suo appello: tutti coloro che hanno a cuore la sorte del reportage di impegno sociale, hanno a disposizione un numero di conto bancario (n. 4862 della Cariprato filiale di Firenze Gramsci, abi 6020, cab 2803) per diventare essi stessi produttori. Con una quota minima di 10 euro, chiunque potrà essere padre di una nuova stirpe di film e avere il proprio nome all'interno dei titoli di coda. Nuova stirpe che sta per vedere la luce grazie al giovane filmmaker siciliano Antonio Bellia. Già autore di Ore d'aria, storia di Silvia Baraldini e assistente alla regia ne I cento passi, Bellia è da poco tornato da Augusta in Sicilia dove ha ultimato le riprese di un documentario sullo scandalo Enichem. Uno dei tanti fenomeni di stupro ambientale che attanagliano la Penisola: un

intricato caso di smaltimento abusivo di rifiuti industriali - in cui è coinvolta anche la mafia - che ha trasformato 30 km di costa siciliana in discarica tossica, provocando la nascita di bambini affetti da gravi malformazioni. Il film è pronto per essere messo in onda. Ma da chi? Stefani ha deciso di offrirlo gratuitamente a tutte le televisioni (Rai, Mediaset e Sky comprese) e ai giornali per la distribuzione in edicola - operazione che l'Atelier ha già compiuto con il reportage sul Social forum Firenze città aperta uscito con l'Unità. Il progetto è costato 40 mila euro. Soldi anticipati da l'Atelier ma che grazie a Sherwood, quindi agli italiani dal portafoglio generoso, possono essere ridistribuiti fra tanti cittadini-produttori. Inizia quindi una piccola battaglia civile. Una sfida al monopolio. «Una forma di resistenza contro il silenzio dei mezzi di informazione», conclude Stefani. E già si pensa al prossimo progetto: un'indagine sulla casa di produzione farmaceutica indiana Cipla, roccaforte orientale della distribuzione a basso costo di medicinali per il terzo mondo.

La radio in tv

Le radio sono sbarcate in tv da tempo, due di queste si potevano vedere in chiaro. DeeJay Tv e Video Italia, ora sono entrambe su Sky. Ma le caratteristiche sono diverse. Mentre DeeJay Tv era partita con l'idea di fare la tv con gli stessi personaggi della radio (i vari Linus, Paoletta ecc), poi, per motivi di costi, è tornata ad una linea essenziale: ora si tratta di un contenitore di video senza speaker e produzioni. Per Video Italia (figlia di Radio Italia solo musica italiana), invece la storia è tutt'altra: il colosso dell'esportazione, la tv satellitare che è riuscita a rivendersi in tutto il Sudamerica, ha gli stessi conduttori e la stessa musica tricolore: da Ramazzotti alla Pausini, da Mario Venuti ai Gemelli Diversi. Il tutto intervallato da classifiche, notiziari, programmi di musica di casa nostra come Buongiorno Italia e La sera italiana. 102&5 Hit Channel (nata nel 2000), è invece la derivazione televisiva di Rtl 102.5, uno dei network radiofonici commerciali più ascoltati d'Italia, oggi gestito alla parte artistica dal vecchio lupo Claudio Cecchetto. Qui il concetto di radio che finisce in tv è totale: i programmi televisivi ritraggono al 90% lo speaker radiofonico durante il suo lavoro quotidiano alla consolle (mentre gli sms degli ascoltatori-spettatori corrono sul fondo dello schermo: «ti amo Concetta, non mi lasciare mai», con qualche «chicca» esclusiva come la diretta dalla spiaggia di Civitavecchia. La musica? Il tormentone, almeno questa estate, è La canzone del capitano, eseguita da Dj Francesco, conduttore della radio e figlio di Roby Facchinetti dei Pooh. Insomma, forse meglio Music Choice, 25 canali radiofonici ascoltabili su Sky e divisi per aree tematiche (jazz, rock, pop, classica, country, canzoni d'amore, ecc.) senza la presenza di dj e pubblicità.

Mtv si sdoppia

La novità più interessante è quella dei due nuovi canali targati Mtv. Il primo, al via il 14 settembre, è Mtv Brand:New (dal titolo dell'omonima trasmissione notturna di Mtv Italia condotta prima da Massimo Coppola e poi da Enrico Silvestrin), che vanta una programmazione di video musicali alternativi di rock indie, elettronica, hip hop e quant'altro, indigesti al grande pubblico ormai abituato alla diversità ma quasi sempre illuminanti. Il secondo è Mtv Hits, spiccatamente «commerciale» (al via il 28 agosto), disegnato sulla falsariga di MtvPop tedesca, con i grandi successi delle starlette del momento: da Robbie Williams a Christina Aguilera. Per ora i palinestri di entrambi le emittenti non sono definiti, si può solo presumere che almeno all'inizio si tratterà anche in questo caso di un juke-box di video.

Il polpettone dance-rock

Per il «popolo della notte», come si usa chiamare quello tutti drink, discoteche sudate e musica commerciale ballabile, c'è Matchmusic, caratterizzata soprattutto da una rotazione di video musicali, negli ultimi tempi virata sulla musica italiana. Per quello del rock c'è invece Rock Tv: video, concerti, interviste e tanto rock da «cantina»: il format che va per la maggiore si chiama Sala prove, chiudere un gruppo semiconosciuto in cantina e farlo suonare. Cosa? Dall'hard al metal. Ma attenzione: per rock si deve intendere soprattutto il nuovo mainstream americano, ovvero Metallica, Marilyn Manson, Linkin Park e similia, con le solite concessioni agli italiani di successo: Subsonica, Tiromancino. Il proprietario, figlio di Galliani (compare di Berlusconi e mammasantissima sia del Milan che di tutto il calcio italiano), ama definirlo «alternativa».

Niente spazio agli «alternativi», alla ricerca, al jazz, alla classica... E intanto anche le radio «generaliste» sbarcano sul satellite