

È cominciato a Houston davanti a sedicimila persone il tour americano della rockstar  
Un grande spettacolo con costumi mozzafiato coreografie fantasiose e sei cambi di scena

Nella città texana alberghi esauriti per l'arrivo di teenager e giovani «madonnare»  
E intanto la cantante, presto in Italia, apre una casa di produzione cinematografica

# Torna Madonna. Ed è subito Broadway



Madonna in un momento del suo concerto: ancora un nuovo look per la popstar

In sedicimila, a Houston, tutti per lei. È partito alla grande il tour americano di Madonna, dopo i recenti successi giapponesi e prima della venuta in Europa (ultima tappa l'Italia). E lei non ha deluso le attese, scioccando il pubblico con le sue mosse e le sue tenute sexy. Intanto a metà giugno uscirà l'attesissimo film *Dick Tracy* che la vede protagonista accanto al suo ultimo amore Warren Beatty.

RICCARDO CHIONI

HOUSTON. «Riprendimi, riprendimi» sussurra ad un immaginario fotografo, mentre si atteggiava a diva del cinema muto. È cita Marlene Dietrich, Jean Harlow, Bette Davis, Marilyn Monroe. Sono giunti sedicimila «madonnari» a Houston per assistere alla «prima» di Louise Veronica Ciccone: dozzine di troupe televisive provenienti da tutto il mondo e 39 giornalisti di altrettante testate. Una folla impazzita di gioia che per 90 minuti non ha avuto neppure il tempo di prendere fiato. Estasiati dai vecchi brani arci-

noti esaltati dai nuovi, tratti dall'album *I'm breathless*. Madonna cantante, coreografa, ballerina, attrice: tante sfaccettature di una personalità chiacchierata da questa e dall'altra parte dell'Atlantico proprio per l'abitudine che ha di «sfogare» come lei stessa ha dichiarato «la selvaggia fantasia». Sexy, accattivante, felina e graffiante, «prenderlo o lasciarlo».

Al Summit Arena di Houston s'è visto sul palcoscenico più uno spettacolo di Broadway, che un pop-concerto. La sce-

na è cambiata sei volte, passando dalla camera da letto in cui Madonna si esibiva in una versione di *Like a virgin*, più sexy che mai, a quella della chiesa dove interpretava *Like a prayer*. In un'ora e mezza riesce a cambiare ben dodici abiti, appositamente realizzati per lei dallo stilista paigiano Jean Paul Gaultier. Al suo fianco ha sempre sette ballerine: «Sono andata a cercarli uno ad uno» ha riferito «il mio vero proprio così, una via di mezzo tra il "figurino da copertina" ed il ragazzo di strada». Vince Patterson ha collaborato alle coreografie, ispirate alla canza in voga nei club notturni di New York. «Vogue», quella che appunto da il titolo al brano che negli Stati Uniti si è già aggiudicato un disco d'oro in meno di tre settimane.

E i «madonnari»? Tanti, al punto che gli alberghi che circondano l'arena (è situata nella up-town di Houston) erano tutti esauriti non c'era

più una camera disponibile: questo è l'avvenimento dell'anno. Qui non succede mai nulla di eccitante. Madonna ci ha risvegliato dal sonno» ha dichiarato un tassista di Houston.

E giovanissimi, ventenni acqua e sapone. Le «madonnare» hanno avuto l'occasione per mostrare alla loro beniamina di aver ben assimilato i nuovi dettami del suo nuovo look, cioè quello dello «straccetto elegante». Nel pomeriggio che ha preceduto il concerto, nel famoso «Glamour Studio» situato nello shopping-mall, galleria a pochi chilometri dalla Summit Arena, era tutto un andirivieni di teenager in cerca di un momento di celebrità. Le ragazze arrivavano alla spicciolata. Si accomodavano su una delle sedie da trucco e si lasciavano «addobbare» in pieno rispetto del «Madonna-Vogue» style. Per le più belle era garantita una apparizione durante lo special dell'emittente televisiva musicale «Mtv». Le

«madonnare» potevano avere a disposizione ogni cosa: dalla parmigiana, al raggisino con le ostriche nitidissime (come appare sul video *Vogue*). Ordinassimo, in fila, si sottoponevano alla scarica di flash, mentre apparivano sullo schermo tv. Forse solo per cercare di combattere la noia di una città che spegne presto le luci la sera e va a dormire.

Per la star, quella vera, sembra essere finito il periodo nero. La vita d'inferno che ha concesso di aver trascorso durante i tre anni e mezzo di matrimonio con l'asuberrante attore Sean Penn. Anche il mancato successo del film *Bloodhounds of Broadway* e la «boicottatura» ricevuta dai critici per l'interpretazione di *Speed-the-Pow* di David Mamet. «Quello è stato un errore. Mi sono trovata» ha dichiarato Madonna — ad interpretare un ruolo femminista in un ambiente gestito da uomini e ne ho sofferto due volte». E poi lo

scandalo provocato da «Like a prayer» in cui i bigotti di ogni continente hanno inzuppato finché è loro piaciuto. Anche questo non è andato giù a Madonna: «Sono stata educata all'italiana, da una famiglia italiana. L'educazione religiosa che ho avuto è quella classica che si riceve da genitori italiani. Non sono bigotta, ma sono religiosa, non confondiamo lo «stage» con la vita».

Madonna è però anche una donna d'affari. A Hollywood ha inaugurato la casa cinematografica «Siren», dove in autunno si girerà il film *Blessing in disguise*, prodotto e realizzato in collaborazione con l'instancabile Warren Beatty. Nonostante tutto la «Material Girl» è sempre al centro dell'attenzione. Non c'era quotidiano americano ieri mattina che non avesse dedicato una foto e svariate colonne della pop-superstar, ad un fenomeno sociomusicale senza limiti alla provocazione.

## La signora sesso e scandali

ALBA SOLARO

Madonna, nostra signora degli scandali. «Bad girl» la chiamano in America: una ragazza. «Sono profondamente cattolica» replica lei, «una ragazza all'antica che vorrebbe una famiglia e dei figli». Ma fa tutto parte del gioco.

Madonna Luise Veronica Ciccone ha un'ambizione sfrenata e un carattere d'acciaio: «Se il mio talento fosse pari alla mia ambizione sarei un vero mostro» ha detto una volta. Secondo le sue amiche più maligne, come la fotomodello Karen Ellis, sua ex compagna di scuola, Madonna è passata per parecchi letti ed ha usato tutte le amicizie maschili che potevano servirle a farsi largo. Lei non ha protestato, anzi, nei suoi primi concerti indossava provocatoriamente una cintura con su scritto «Boy toy»: giocattolo per ragazzi. Non che lo fosse, ma quella era l'immagine che andava creando. La «Material

Girl» degli anni Ottanta, individualista e disinibita, che sa cosa vuole e come ottenerlo. Passando anche, se necessario, per le foto nude su *Penthouse* e *Playboy* di molti anni fa: c'è lei in stilette cowboy con i soli stivaletti, cappello in testa e fazzoletto al collo. Oppure il film soft-core *A certain sacrifice*, di John Lewicki, arrivato in videocassetta in Italia con l'eloquente titolo *L'oggetto del desiderio*.

Oggi ci vuole l'obiettivo di un Helmut Newton o di un Herb Ritts per far spogliare Madonna: anche questo è il successo.

Il suo matrimonio con Sean Penn ha fatto la gioia della stampa scandalistica: quasi quattro anni trascorsi fra scenate, botte coi fotografi, liti e gelosie, fino al Capodanno di un anno fa quando lei lo ha denunciato per maltrattamenti ed ha infine divorziato.

Lei hanno subito trovato un'altra sfilza di love-story: da quella con la sua amica Sandra Bernhard, all'avventura fugace con il playboy romagnolo Ettore Santinello, fino al flirt con Warren Beatty sbocciato sul set di *Dick Tracy*. Poca roba al confronto del rumore suscitato lo scorso anno dal suo videoclip *Like a prayer*, gruppi cattolici in America e in Europa si sollevarono contro la cantante per una scena in cui lei baciava la statua di un santo nero, travisandone il contenuto antirazzista e tacciando Madonna di blasfemia. Lei si deve essere divertita moltissimo: un po' meno i dirigenti della Pepsi che avevano pagato miliardi per usare quelle immagini nella loro pubblicità e hanno dovuto rinunciare.

## Concerto a Liverpool a dieci anni dalla morte Ricordando John Lennon per affetto e per affari

In memoria di John. Per la sua faccia smagrita e per le sue canzoni, per una Liverpool che non c'è più e per un'industria del disco che c'è sempre un po' troppo. Il *John Lennon Memorial* andato in scena ieri sera nella città inglese dalla quale partirono i Beatles era un concentrato di tutto questo: affetto e affari, diritti televisivi e ricordi sinceri, beneficenza e mercato dell'anniversario.

ROBERTO GIALLO

Maledetta, schifosa notte del 7 dicembre 1980, quando lo squilibrato Mark Chapman, dopo una piccola semplice domanda («Mister Lennon?») chiedeva con cinque colpi di pistola la vita di uno dei maggiori musicisti del secolo. E benedetta giornata, invece, quella del 7 ottobre 1940 quando, tra il rumore di un attacco dell'aviazione tedesca su Liverpool, John Lennon vagava per la prima volta. Cinquant'anni dalla nascita, dieci dalla morte, sarà un grande anno, questo, per le memorie su John Lennon, per le celebrazioni, i cofanetti, le edizioni speciali, le riedizioni di lusso. Un gran mercato, insomma, un circo lennoniano in cui sarà difficile distinguere il colpo commerciale dalle lacrime vere.

Si parte, naturalmente, da Liverpool, città dei Beatles, città di Lennon, un tempo capitale della cultura beat, oggi decaduto porto ex-imperiale, famoso per gli hooligan e poco altro. È arrivata Yoko Ono, a benedirne la manifestazione in ricordo di John, mentre il comune ha organizzato attività parallele ed ha approntato il Pier Head, deposito di autobus diventato per incanto uno spazio musicale per 45mila persone (vadano un po' a vedere, i

nostri amministratori). Poi, la festa: tutti a cantare le canzoni di John, per far beneficenza alla Spirit Foundation (fondata da Lennon stesso insieme a Yoko) e all'Università di Liverpool. Buonissime uscite (Lou Reed che canta *Jelous Guy* è spettacolo grandioso) e presenze inspiegabili (che dire del Wet Wet Wet, gruppetto inglese di poche pretese?), stelle consacrate (Joe Cocker e Cindy Lauper) ed eteree promesse del mercato (Deacon Blue) e tanti altri. Il tutto ripreso dalle tivù di mezzo mondo, molte delle quali (la nostra compresa) manderanno in onda l'evento il 9 ottobre prossimo, anniversario della nascita di Lennon.

Rivedremo dunque la faccia di John molto presto, sentiremo le sue canzoni, ma assisteremo probabilmente ancora una volta a uno di quei grandi avvenimenti che diventano planetari, che rispondono a logiche più grandi della semplice operazione-ricordo. Fastidiosa miscela, insomma, perché se c'è uno che oggi valga la pena di rimpiangere sul serio questo è proprio John Lennon, ma poche cose risultano a lungo andare più fastidiose degli eventi di massa confezionati per la tivù. Il *Memorial* di Liverpool è, evidentemente, a

metà strada tra le due cose. Tanto che le giovani band di Liverpool si lamentano a gran voce: sono loro (tanta fatica e poco successo commerciale) a rivendicare l'eredità musicale, la memoria sonora della città. E sul palco del Pier Head non c'erano. Nient'altro che Julian Cope, insomma, niente Farm o Sixteen Tambouines (tutte belle voci di Liverpool), ma in compenso la presenza di Kylie Minogue, una specie di Madonna in miniatura che con Lennon c'entra pochissimo. Logiche di mercato? Lottizzazioni discografiche? (non sarebbe una novità, certo).

Grandi assenti sul palco di Liverpool anche i Beatles: Paul McCartney e George Harrison sono intervenuti via etere, come si fa ormai per le manifestazioni concepite più per quelli che se la vedranno in poltrona che per il pubblico pagante. Come mai non c'è Paul? Che abbia intenzione di celebrare Lennon più avanti, in altro modo, con altri incassi? Staremo a vedere. Intanto di Lennon, della sua musica, resta questa ennesima celebrazione, in un anno che di anniversari ne conta tanti, a cominciare dal ventennale, proprio questo mese, dello scioglimento dei Beatles. Vedremo di certo celebrato anche Jimi Hendrix (morto il 18 settembre di vent'anni fa), e chissà che non venga a piangere un altro «grande evento» in mondovisione. E poi ancora piangeremo il 7 dicembre, per celebrare di nuovo Lennon (la morte questa volta), in una rincorsa parallela all'affetto collettivo, alle radici del rock e al grandissimo business, da poco scoperto, della cultura giovanile.

# Con la Casem\* una classe da campioni del mondo.



La CASEM con la squadra delle sue consociate fuoriclasse costituisce un pool di imprese capaci di realizzare completamente qualsiasi ufficio a partire dal restauro o anche dal nudo terreno, fino alle dotazioni più sofisticate di arredamento, pareti attrezzate e divisorie, decorazioni, impiantistica, audiovisivi, creazione di immagine.



CASEM Industria Arredamenti Completi per Ufficio  
Via Alessandro Volta n. 33 - Gambassi Terme (Firenze)  
Tel. 0571/631225 - 633666 Telefax 0571/633591 - 631378

UFFICIALMENTE PARLANDO CASEM



CASEM azienda fornitrice RAI anche per i Campionati Mondiali di Calcio 1990 - Centro Tecnico per Telecomunicazioni Rai Grottarossa Roma.



**FINCASEM**  
Finanziaria del gruppo.



**CASEM**  
Direzione generale, stabilimento, falegnameria ed ebanisteria.



**TRADECASEM**  
Struttura commerciale



**SERVICECASEM**  
Consulenza e servizi amministrativi



**SITCASEM**  
Produzione sedute e imbottiti



**ENGINEERINGCASEM**  
Servizio ricerca e studio prototipi

**IMAGO & INTEGRA**  
Creazione dell'immagine Pubblicità e Marketing



**MASTERSTUDIO**  
Progettazione di interni



**MASTERJOBES**  
Montaggio e assistenza



**MASTERPAINTERS**  
Tinteggiature, stuccature e decorazioni



**MASTERELECTRIC**  
Progettazione, installazione elettrica e illuminotecnica



**MASTERCONTRACT**  
Agenzie tecnico-commerciali