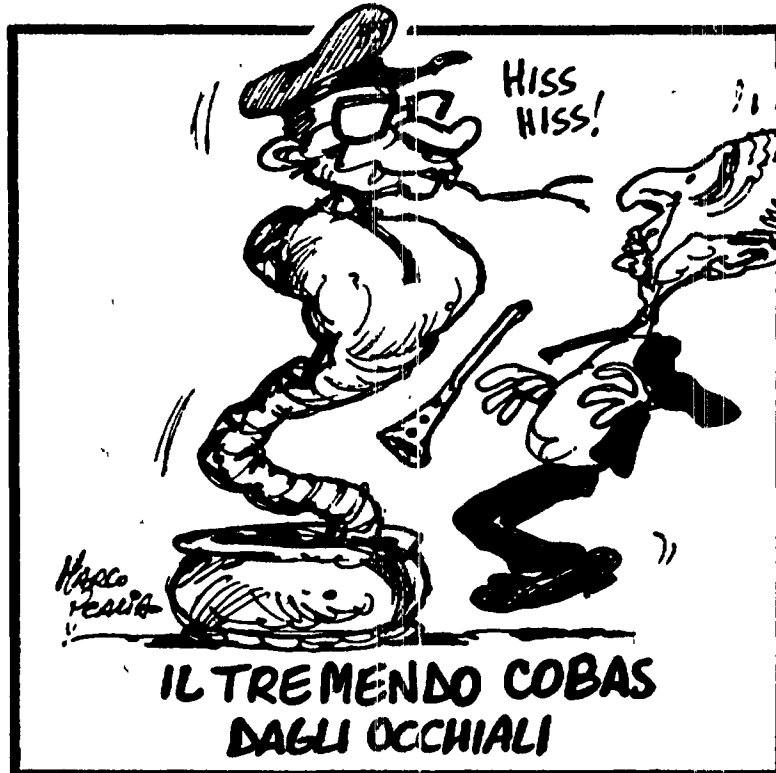
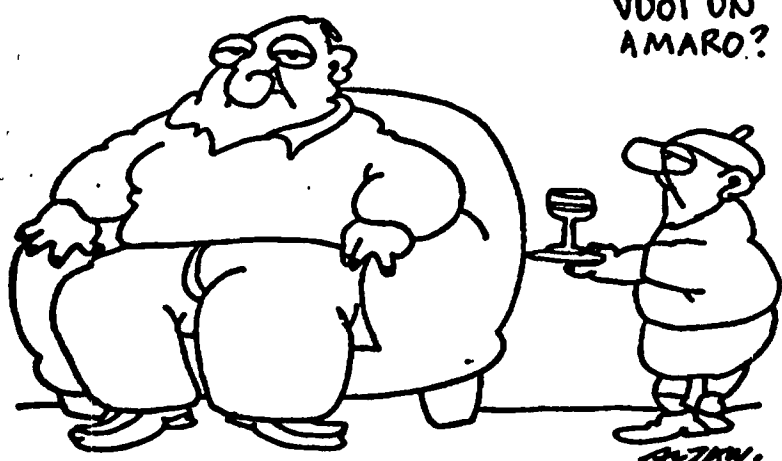
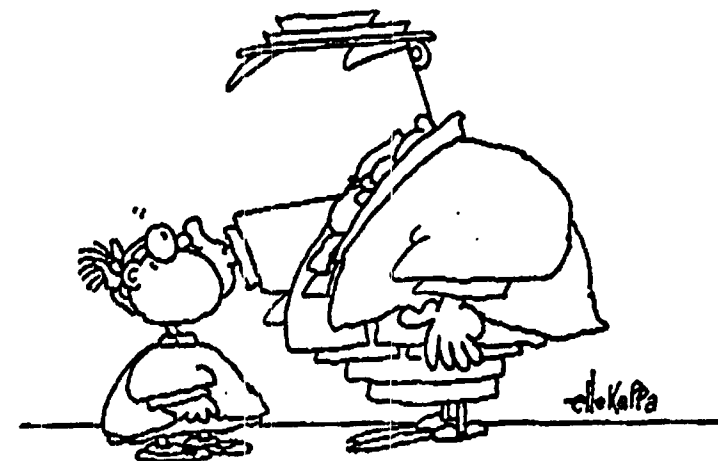


NON SIAMO NÉ CARNE
NÉ PESCE E
DOBBIAMO SALVARE
CAPRA E CAVOLI.



NOW TI PREOCCUPARE,
SE IL PCI AFFONDA
I SOCIALISTI CI FANNO
L'EXPO SOPRA...



MUSICA

HAMMONDISTA LENINISTA

Riccardo Bertoncelli

Questa è una storia triste, se avete la lacrima facile voltate pagina. Tratta di un negro in là con gli anni (non un nero o un black man, proprio un negro) che un giorno fu celebre con la musica e poi è caduto in disgrazia. Fin qui come tristezza siamo all'ordinario, ma c'è di peggio. Il nostro negro si chiama Jimmy Smith, che è un nome così povero e a buon mercato che rende già l'idea. Suona da sempre l'organo ma non un organo qualsiasi: l'organo Hammond, eh sì, che sta alle normali tastiere come una Chevrolet del '54 sta alla Panda base. Il fatto fondamentale è che l'organo Hammond non fa uommm-uomm come tutti gli organi normali ma UOMM-UOMM, con una profondità e una sciccheria di timbro che sembra ogni volta che sia uscito dal casco della parucchiera con una «cotonatura» tipo Elizabeth Taylor. In questi UOMM-UOMM che te li mangeresti come un budino Elah, il nostro Smith ha sguazzato per anni, inventando uno stile unico: voi gli davate una qualunque musica, fosse il jazz più classico o il tema degli Aristogalli, e lui la decorava con quei bei suoni gonfi e paciocconi, come un pasticciere con una torta nuziale. Uno

spettacolo. Per questa via Jimmy Smith è entrato nella leggenda ma un giorno alla sua porta bussò un piazzista di sintetizzatori con una offerta irresistibile. Voleva una super macchina elettronica, capace di mille suoni diversi, con videopartito e computer? Che gettasse via quel ferovecchio del suo Hammond, se non voleva fare il troglodita; gli avrebbero valutato bene l'usato. Fu lì che Jimmy Smith, punto sull'orgoglio, prese la decisione della sua vita: sarebbe rimasto sempre un hammondista leninista, non avrebbe mai sfiato nemmeno con un'unghia quelle macchinacce che promettono il suono del violino, di Radio Tirana e del Maurizio Costanzo Show, basta schiacciare un tasto. Iniziò così con grande dignità, come un soldato giapponese nella giungla, la sua battaglia di sopravvivenza. Ma non aveva fatto i conti con Orwell, il Grande Fratello e le multinazionali del settore. La Hammond ha annunciato che non produrrà più il modello preferito da Smith, il mitico D 3, e che anzi ritirerà tutti gli esemplari in commercio, eliminerà i ricambi, forse deporterà gli organisti in un campo di concentramento elettronico. In parole povere, Jimmy Smith è rovinato: il suo strumento cade a pezzi, gli organisti non interessano più e, a meno di una legge sulle specie sonore in pericolo che equipari l'organo Hammond al lupo della Tasmania, il suo destino è segnato.

Io sono molto triste per lui e in suo onore scriverò un blues, con la mia penna stilo scampata ai piazzisti di computer.

TELEVISIONE

NOI CI STIAMO SEMPRE

di Manconi & Paba

Il guaio del programma inesistente di Ippoliti non è nell'atteggiamento delatorio sollecitato, e neppure nella beffa giocata. Il guaio sta in un presupposto, assolutamente normale in tivù, che l'estremismo della «Voce della coscienza» enfatizzava. E cioè che se la tivù ci interpella noi ci stiamo: quando ci richiede un parere, quando ci invita a concorrere, quando ci impone di agire. E anche quando tutto ciò non le basta più e allora ci provoca, per vedere l'effetto che fa. Con la televisione, insomma, si collabora sempre: fino a diventare, come nel caso della trasmissione di Ippoliti, dei collaborazionisti, in cambio di una scintilla di tivù nelle nostre vite.

Così, noi spettatori, veniamo di regola interpellati dai programmi e poi, all'improvviso, punzecchiati. Proprio ora che il televisore resta, sempre più spesso, acceso sbadatamente in un angolo della stanza, modesto e deciso - ogni tanto, appena uno sguardo - c'è chi immagina di cacciarsi tutti in un grande scompartimento ferroviario; uno scompartimento in cui gli agenti televisivi penetrano quando e come

vogliono e, se non ti narcotizzano subito per derubarvi, ti interrogano con i loro sistemi, invadenti o sudenti. («Lei è Karl Kraus, vero?, mi chiese uno che viaggiava nel mio stesso scompartimento, e che aveva sopravvalutato la mia inermità. Io dissi: No. E con ciò l'ho ammesso. Perché, fossi stato un altro, mi sarei messo subito a parlare con quell'imbecille»).

Ma il lato peggiore della questione è quando dal video, poi, ce la mandano a dire, ci spiegano tutto: sapete, volevamo soltanto conoscere le vostre reazioni, vi abbiamo messo alla prova, come fa il diavolo, come fa dio, come fa il prete prima di amministrare i sacramenti, e adesso ci chiediamo: come vi siete trovati? che cosa avete pensato? che figura avete fatto? avete cacciato fuori i brufoli?



L'inganno-Ippoliti si è concluso così, la sera del 15 maggio su Italia Uno, con un grande dibattito. In cui ciò che veniva fuori era la gigantesca sopravvalutazione, da parte dei tele-agenti, del proprio ruolo. Tutti, o quasi tutti, a dire: Guardate quello che stiamo facendo! È la prima volta, l'unica! La trasmissione non c'è, non c'è, capite? guardate di cosa siamo capaci, parlare di una trasmissione che non esiste, era già una provocazione, è ancora una provocazione, ve lo sarete mai immaginati, dite dite. Da casa.

VIOLENZE

IL FIGLIO IN AFFITTO

Majid Valcarengli

Da ogni parte si sottolineano gli episodi di violenza a cui sono sottoposti i bambini. Il telefono azzurro è una delle poche cose buone inventate dalla società dello spettacolo. Ma c'è una violenza sui bambini che è impunita, sottile, velata e che entra ogni sera, attraverso i teleschermi, nelle case di tutti. È quella della pubblicità che usa i bambini negli spot televisivi. Centinaia di bambini reclutati e selezionati da agenzie specializzate. I vincitori dell'industria della pubblicità sanno che i bambini fanno tenerezza, anche se razionalmente si sa che l'emozione provata è fasulla, che il piccolo è usato come un robot manovrato dagli operatori. Su questi piccolissimi attori vengono riversati stimoli, manipolazioni, modelli, comportamenti funzionali alla vendita di un prodotto, alla valorizzazione di uno status symbol che verrà da loro e da tutti i bambini telespettatori introiettato.

Ci indigniamo per la prostituzione infantile nei paesi poveri perché la violenza esercitata è fisica, ma non ci rendiamo conto del grado di violenza subita quando la commercializzazione è psicologica. Le mamme che fanno prostituire i propri figli sono spesso

madri disperate, mentre le mamme che affittano i figli alle Tv sono orgogliose e felici che il loro esserino caracoli stupido e malizioso davanti alle telecamere. E non lo fanno per danaro, perché i compensi pagati ai genitori, in un mercato così ampio, sono minimi, ma lo fanno per vanità, per poter vedere e far vedere il figlio in televisione. Questi bambini, lo squalore delle loro madri, il cinismo di certo mondo pubblicitario, la miopia delle leggi, sono lo specchio di questa società che sacrifica qualsiasi valore sull'altare dello spettacolo o del profitto. Per andare in Tv, la gente è ormai pronta a tutto, si mette nuda in ogni senso. Fa spettacolo della propria intimità, spronata da conduttori che più sono sudici e impetosi e più piacciono.

Ma gli adulti in qualche modo possono scegliere, possono decidere se ardere o non andare in televisione, esattamente come il 10% delle donne italiane spesso o saltuariamente sceglie di prostituirsi. Quello che invece viene perpetuato nei confronti dei bambini è un sottile crimine contro l'umanità. Il ritrovarsi sotto i riflettori non è solo un gioco eccitante, ma anche un'esperienza che modifica la loro psicologia, un processo che accelera il loro assumere la psicologia dell'adulto, la malizia, la falsità, l'ipocrisia, la finzione. Abbiamo letto con piacere che i deputati comunisti hanno sfidato le lobbies delle droghe legali proponendo la regolamentazione delle pubblicità degli alcolici. A quando la sfida alle lobbies delle mamme rampanti con una proposta che regolamenti l'uso dei bambini nella pubblicità?

Giorgio
di Enzo Lunari

