

Spettacoli

I «Tangueros» debuttano allo Storchi di Modena

Mercoledì prossimo, in anteprima nazionale, debutta al teatro Storchi di Modena la tournée dei «Tangueros». Il sestetto (l'età media è di 74 anni) si avvale dell'accompagnamento musicale dei migliori musicisti dell'orchestra di Osvaldo Pugliese. Allo spettacolo partecipano tre coppie di ballerini, capitanate da Alejandro Aquino e Mariachiara Michielli.

Nozze imminenti per Eddie Murphy e la modella Nicole Mitchell

NEW YORK Fiori d'arancio per Eddie Murphy. Il popolare attore Usa si sposerà la prossima settimana a New York con la modella Nicole Mitchell. Murphy e la futura moglie vivono insieme da tempo ed hanno due figli. L'attore, le cui quotazioni cadute dopo una serie di film deludenti sotto il profilo commerciale, promette: «In futuro starò più attento a scegliere».

Le multinazionali del disco si ribellano a Sanremo e propongono una nuova formula: sei mesi di durata «nominations» come per gli Oscar, divisione per «generi» «E se non ci danno retta boicoteremo la manifestazione»

Siamo noi l'Antifestival

La Fimi (associazione che rappresenta l'80% dell'industria discografica) che rappresenta l'80% dell'industria discografica) spara a zero su Sanremo e sulla Rai. Propone una manifestazione che durerà sei mesi e con un'esposizione televisiva da ottobre a marzo. E minaccia la propria autoesclusione dai festival futuri. Risponde il capostruttura Mario Maffucci: discutiamone insieme, nel previsto convegno, ma Sanremo non è solo promozione.

MARIA NOVELLA OPPO

MILANO. Accidenti. Hanno aspettato a parlare, ma ora non li tiene più nessuno, i discografici della Fimi (rappresentati dal presidente Franco Reali, della Bmg Ariola, e dal direttore generale Ernesto Magnani) sparano a raffica le loro condizioni alla Rai e al Comune di Sanremo per quel dannatissimo Festival della canzone italiana, edizione 44 prossima ventura, dalla quale minacciano di astenersi del tutto. Se non verranno prese in considerazione le loro proposte. Data ultimativa: il 30 aprile. E poi i cantanti, se vorranno, parteciperanno a titolo personale e senza il supporto delle imprese.

Insomma la crisi è quasi un luogo comune. Ad essa Sanremo si può dire non toglia e non aggiunge niente. Il suo effetto promozionale interviene in piena stagione morta, concentrato in pochi giorni e con l'aggravante dello sberleffo. Anzi del danno (l'esclusione dalla gara) e della beffa (il dopo-festival coi suoi preziosi curatori fallimentari). Ulteriori colpi la Fimi li ha menati anche contro la commissione selezionatrice («esiste, è libera... è formata da persone competenti, è una farsa...») e l'«organizzazione» che, tra Rai, Publispel (Bixio-Ravera) e Oai (Aragozzini) si muoverebbe con la logica del gioco delle tre carte.

Tutte le critiche giustificate, che effettivamente descrivono Sanremo così come è stata: un calderone più sgualito che regolato, più sgolato che cantato, un circo, un'arena coi leoni, senza gabbie, ma con il domatore Baudo che usava come una frusta il suo supergo impazzito, con le devastanti guerre di personalità inesistenti e di professionalità «indiscusse», con le leggende elettroniche e le voci passate, insomma con tutto il suo nulla.

Ma, nel nulla c'è pur sempre il tutto. Nel nulla ci siamo anche noi, media elettronici e cartacei, a dilatare il chiacchiericcio e a far passare sul palcoscenico dell'Ariston, come in un grande setaccio della comunicazione, gli umori nazionali. E se a Sanremo si togliesse del tutto questo suo ruolo da Gimi, per farlo diventare, come vorrebbero legittimamente i discografici, puro mercato, che cosa diventerebbe per il pubblico? Sparirebbe il divertimento «gladiatorio» che comunque il festival rappresenta, ma sarebbe davvero sostituito, come vorrebbero i discografici, da un miglioramento della qualità musicale, oltreché da più oneste e proficue relazioni tra i settori interessati? Noi non sappiamo rispondere.

Mentre Maffucci, l'eminenza grigia, da parte sua avrà magari buon gioco a sostenere che la proposta avanzata dai discografici è farraginosa e televisivamente dispersiva. Ma, per intanto, il capostruttura di Raiuno, al quale si addebitano ormai meriti e demeriti degli ultimi 12 Festival, non vuol

Questo sistema dilazionato e percoso dire stritolato consentirebbe, finalmente di veder tornare nell'avevo popolare del festival anche i grandi cantanti, diciamo pure gli artisti che ormai da tempo latitano. Almeno secondo la Fimi, che intende così sottrarli al sistema cinesc e al gioco al massacro rappresentato da Sanremo scorso.

E infatti le cose più interessanti, e anche divertenti, i discografici della Fimi le hanno dette sull'evento di due settimane fa. Festival e dopo-festival organizzati a esclusivo be-

ne della audience di Raiuno, della carriera del capostruttura Mario Maffucci e di Sanremo intesa come coagulazione di interessi alberghieri e floreal-lottizzatori. Tanto che, per dirla una, i discografici avevano richiesto di spostare la manifestazione di una settimana per sfuggire alla parità della Nazionale e il Comune ha risposto di no perché i ristoranti potessero inalterare le tariffe da «alta stagione». Insomma, sostengono i discografici, «ci trattano come polli da spennare, con obbligo di camera doppia e facendoci pagare un toast più di un compact».

Poveracci. Loro, che, con 479 miliardi di fatturato sostengono l'80% del mercato nazionale del disco e che dovrebbero almeno avere qualche voce in capitolo. Mentre invece il Festival attuale, del disco e delle sue sorti commerciali e artistiche, si discute del tutto. Perché gli alberghi siano pieni e l'Auditel tocchi i suoi picchi annuali, i discografici sono stufi di essere considerati quasi un elemento deteriorante, o un interesse improprio, in un campo che invece li riguarda direttamente e li vede interessati anche agli sviluppi creativi. Mentre, oltre alla prepotenza della lobby televisiva pubblica (di Fininvest non si è parlato), ci sono anche i ministri che considerano i concerti di musica popolare «non confacenti alla dignità dei monumenti». E c'è un mercato clandestino che prospera indisturbato e quasi pareggia il giro d'affari legale, non contentandosi più di una sua vita parallela e spericolata, ma penetrando con veri e propri «falsi» realizzati nei paesi dell'Est europeo, nel giro dei negozi, con prezzi regolari. Prezzi, diciamo pure, altissimi per i consumatori, ma che riescono a malapena a mantenere quel piccolo «più» nei fatturati corrispondenti a un calo dei pezzi venduti addirittura del 10-12%.



Nella fotografia grande, al centro un vecchio juke-box. Sotto, dall'alto, Pippo Baudo, Mario Maffucci, capostruttura di Raiuno e Renato Zero, sconfitto a Sanremo ma primo in classifica nelle vendite dei dischi

No, la ricetta è sbagliata

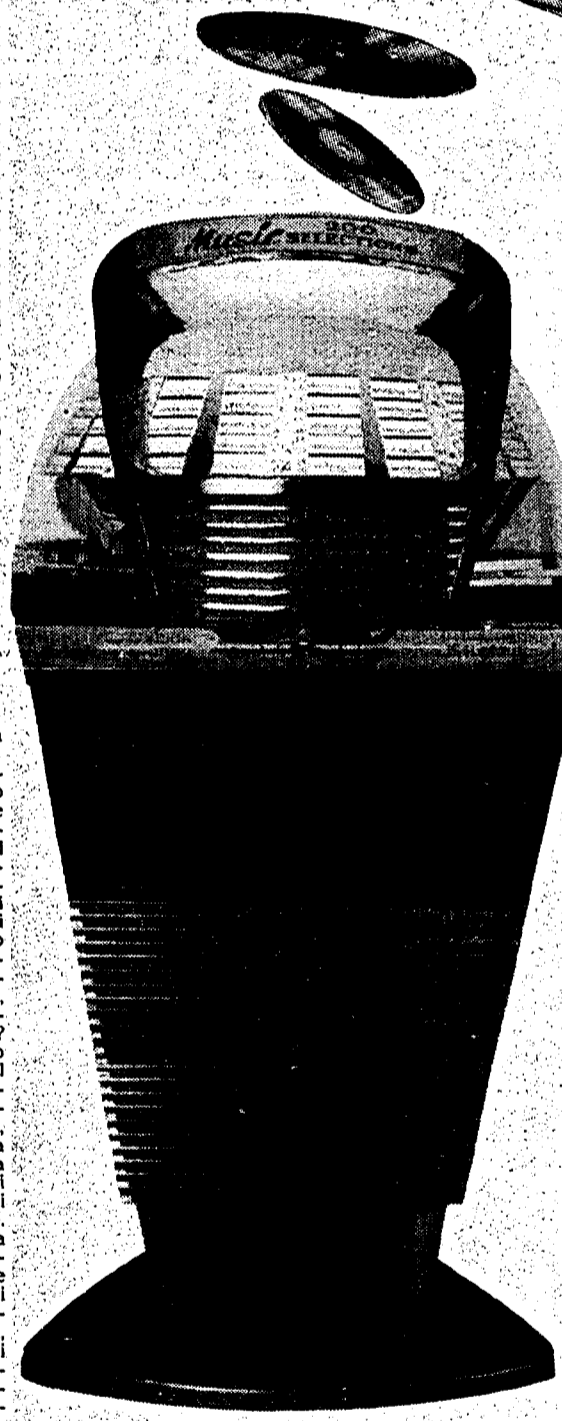
ROBERTO GIALLO

Il missile è partito e arrivato con gran clamore: La Fimi, la federazione che raccoglie le multinazionali del settore discografico, non ha aspettato a mettere i piedi nel piatto: il tempo di gettare un'occhiata sconsolata ai primi dati di vendita, ed ecco l'ultimatum. O si cambia o noi non ci saremo, dicono i padroni della musica, e lanciano una proposta alternativa ricalcata su quella dei Grammy Awards americani, con tanto di categorie, divisione per generi (il pop, il rock, il cantautorato...), nominations e premiazioni finali. Alla base della proposta c'è la considerazione che il festival di Sanremo, a dispetto dei milioni di audience, non aiuta certo la musica italiana. Altro fattore non marginale, e altrettanto evidente, è che le multinazionali del disco di mestiere vendono i dischi, ed è comprensibile che spingano per trasformare una manifestazione che a tal scopo non serve in una vera vetrina promozionale. Si aggiunge che il modello Grammy Awards, da più parti invocato, potrebbe raggiungere uno scopo non da poco: fare della vetrina sanremese un campionario rappresentativo del panorama musicale nazionale.

La proposta, però, solleva non pochi interrogativi. Il primo riguarda proprio i generi: come dividerli? Se la frontiera tra pop e rock è labile fino all'inconsistenza, aumentando il numero degli addendi aumenta anche la confusione. La musica popolare sarà leggera tout court oppure raggrupperà i pochi tentativi intellettuali di recupero delle tradizioni? Ligabue va con i cantautori o con il rock? De Gregori è certo un cantautore, ma non lo è anche Pupo? Ricetta Fimi: con la nostra formula, di canzoni se ne sentiranno due o tre per autore, consentendo così agli autori di mostrarsi meglio, più completamente, al pubblico.

Ma in questo modo le grandi majors, ognuna delle quali porterà a questi mitici Italian Grammy quattro o cinque buoni cavalli, si ritroverà a investire su di loro non per un mese (il pre e il post Sanremo) bensì per un anno intero. Con il rischio lampante che ne deriva: puntare il grosso del fatturato su una manciata di nomi sicuri e trascurare produzioni di minore impatto e (forse) di maggior qualità. Lo scenario, dunque, somiglierebbe molto da vicino a ciò che vorrebbe fare Berlusconi con il marketing editoriale: cinque autori su cui investire miliardi e la pattuglia degli anonimi a seguirne. Che la ricetta faccia bene alle casse delle multinazionali nessuno dubita, ma farà bene ugualmente alla musica italiana?

In più, va sottolineato che queste benedette multinazionali del disco sono, appunto, multinazionali, cioè aziende i cui capi supremi siedono in Usa, Giappone, Germania, Inghilterra, che alla fine dell'anno leggono i tabulati e valutano la quota parte del fatturato proviene da ogni nazione, e di quella parte, quale parte deriva dalla produzione autoctona. Secondo l'economia, quella quota deve aumentare di anno in anno. Come dire che la questione dell'audience, abilmente espulsa dalla porta dicendo questo clamoroso no a Sanremo, rientrerebbe subito dalla finestra affidando non più a selezioni discutibili la merce esposta, ma alle cifre di vendita. Sarebbe giusto? No, anche considerato il fatto che proprio il 1992, l'anno della scissione dell'Alf con la fuga appunto dalla Fimi, ha segnato un incremento notevole delle piccole etichette indipendenti che non guardano alle grandi cifre di vendita, ma alle tendenze in atto. Per loro ci sarebbe posto? O non rischia questo «nuovo Sanremo» di adattarsi, invece che al nulla come quello appena finito, alla ferrea legge del mercato?



Qui si disegna l'avventura del signor Bonaventura

TREVISO. «Tofano? Ma chi è?», si chiedeva l'ingenuo e troppo giovane ragazzino della scolaresca trevigiana in visita alla mostra. E certo, gli eleganti bozzetti e gli ironici disegni di questo grande attore e grandissimo illustratore che è stato Sergio Tofano, accanto a quelli di Altan, Bonvi, Disegni, Jacovitti, Panebarco e Silver, facevano uno strano effetto. Ma la piccola personale, curata da Paola Pallottino, e allestita nelle sale del Palazzo del Trecento, nell'ambito della rassegna «Treviso Comics» (quest'anno dedicata all'umorismo a fumetti), si è rivelata una gradita sorpresa anche per coloro che non ignoravano l'opera e la statura di Tofano.

Una serie di tavole di «Corriere dei Piccoli», di foto di scena, lo storico costume con il quale l'attore interpretò il personaggio di Bonaventura, ma soprattutto una piccola e succosa scelta di una quarantina di bozzetti originali per libri e riviste (tutti attinti dallo straordinario Fondo presso il Civico Museo Biblioteca del-



A «Treviso Comics» in mostra tavole e schizzi di Sergio Tofano grande attore e fine illustratore Una galleria di piccoli personaggi raccontati con umorismo e ironia

DAL NOSTRO INVIATO RENATO PALLAVICINI



Una delle tavole di «Come nasce la moda» disegnate da Sergio Tofano e in mostra a «Treviso Comics»

imparare a sfilare portandoli sulla testa, o alla signora che ne usa le pagine per saggiare il calore di un arciacappelli. Personaggi, come le due servette vestite di grigio di *Qui comincia la sventura*, raccolta di bozzetti e di costumi (nel 1923 Tofano aveva sposato Rosetta Cavallari, attrice e raffinata costumista), poi pubblicata da Rizzoli nel 1953, sfilano insieme a banditori e domatrici o alla famiglia di elefanti gli elefanti con le ghettoni e con i guanti/van girando la «città». O ancora: l'erolismo raffinato e ironico di *Quel modo di baciare a donna senza affianca alla deliziosa poesia de «La Piccinina»*, un po' Scaramacai e un po' Gelsomina, con il suo abito blu a pois e il cappelluccio che incarna il viso clownesco. Per stemperarsi nell'azzurra levità di *Quella povera Vispa Teresa* che, in una splendida illustrazione, ci mostra una bionda creaturina in caduta libera tra le nuvole, scovata dal telescopio di un astronomo tra un vortice di stelle che disegna la parola «ne».

Le storie di Bonaventura, con l'immane abito «qui comincia l'avventura...» e l'altrettanto immane premio finale di un milione (negli anni, per via dell'inflazione, fu aggiornato a un miliardo), sono in questo senso paradigmatiche. Il personaggio nacque sulle pagine del *Corriere dei Piccoli* nel 1917 e in seguito fu portato sul palcoscenico dallo stesso Tofano in sei commedie; ne furono tratti libri, affiches pubblicitarie, persino un film *Conventolo* e il signor Bonaventura, interpretato da Paolo Stoppa. Con il suo contorno di comprimari che vanno dal fido Bassotto

sempre sbadatamente sopra un sedile verniciato di fresco rimane col vestito rigato di vernice